

ALXAN BAYRAMOĞLU

**JURNALİST
SƏNƏTKARLIĞI**



“Elm və təhsil”
Bakı – 2015

6 612

B 33

Redaktor: Cahangir Məmmədli,
*Filologiya üzrə elmlər doktoru,
professor*

Rəyçilər: Nəsir Əhmədli,
*Filologiya üzrə elmlər doktoru,
professor*

Akif Rüstəmov,
*Filologiya üzrə fəlsəfə doktoru,
dosent*

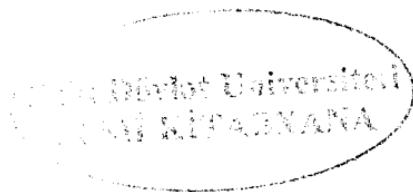
261940

Alxan Bayramoğlu. Jurnalist sənətkarlığı
Bakı, "Elm və təhsil", 2015, 88 səh.

Mətbuat və jurnalistika vətəndaş cəmiyyətinin formallaşdırılması və milli dövlətçiliyin möhkəmləndirilməsi yolunda öhdəsinə düşən vəzifələri yerinə yetirmək üçün müxtəlif vasitə və üsullardan istifadə edir. Mətbuatşunaslığa dair bir neçə kitabın və onlarla elmi məqalənin müəllifi olan professor Alxan Bayram oğlu Məmmədovun bu kitabında həmin vasitə və üsulların müxtəlif elmi-nəzəri prinsiplərindən, taktiki və təcrübi xüsusiyyətlərindən söhbət açılır.

4702000000
N098 – 2015 qrifli nəşr

© «Elm və təhsil», 2015



*Azərbaycan milli mətbuatının
140 illik yubileyinə həsr edilir*



BAŞLANĞIC

Cəmiyyətdə mövcud ictimai-əxlaqi, milli-mədəni dəyərlərin qorunaraq dövlətçilik namənə daha da möhkəmləndirilib inkişaf etdiril məsində humanitar düşüncənin digər sahələri ilə ya naşı jurnalistikən da xüsusi çəkisi vardır. O, öhdəsinə düşən milli-bəşəri vəzifənin yerinə yetirilməsi üçün müxtəlif vasitə və üsullardan istifadə e dir. Milli mətbuat ölkədə vətəndaş cəmiyyətinin formalaşdırılmasında, dövlətin ictimai-siyasi dayaqollarının möhkəmləndirilməsində, milli-mənəvi dəyərlərin təbliği və gənc nəslin vətənpərvərlik təbiyəsindəki roluna Azərbaycan Respublikası Prezidenti cənab İlham Əliyevin 2 iyun 2015-ci il tarixdə imzaladığı “Azərbaycan milli mətbuatının 140 illik yubileyinin keçirilməsi haqqında” sərəncamında da yüksək qiymət verilmiş və onun qarşısında aşağıdakı vəzifələrmüəyyənləşdirilmişdir :

“Qlobal informasiya məkanının gündən-günə genişləndiyi, beynəlxalq təbliğat fəaliyyətinin ayrı-ayrı ölkələrin imicinə, daxili həyatına ciddi təsir göstərdiyi müasir dövrdə kütləvi informasiya vasitələrimiz daha peşəkar, obyektiv və prinsipial

olmalı, yüksək milli şür və vətənpərvərlik nümayiş etdirərək Azərbaycanın dövlətçilik maraqlarını hər şeydən uca tutmalıdırlar. Mətbuatımız ölkəmizdə müasir cəmiyyət quruculuğu, milli həmrəyliyin və tolerantlığın möhkəmləndirilməsi, siyasi mədəniyyətin inkişaf etdirilməsi, mənəvi-əxlaqi dəyərlərin qorunub saxlanması və təbliğində üzərinə düşən vəzifələri layiqincə yerinə yetirməlidir”.

Dövlət qayğısına və etimadına cavab olaraq bütün bu vəzifələrin vətəndaşlıq məsuliyyəti və peşəkarlıqla yerinə yetirilməsi üçün jurnalistlərimiz dərin elmi-nəzəri biliyə, geniş dünyagörüşə, ayıq siyasi və hüquqi düşüncəyə, sağlam vətəndaş mövqeyinə, mənəvi əxlaqi dəyərlərə, milli və dövlətçilik sevgisi ilə süslənmiş təəssüb-keşliyə, taktiki vərdişlərə, iradi möhkəmliyə əsaslanan mübarizliyə və s. keyfiyyətlərə malik olmalı, bütün bu əsaslar üzərində yetişdirilməlidirlər. Dövlətçilik və milli maraqlara cavab verən kadr hazırlığının əsasında isə həm də həmin tələblərə uyğun elmi-nəzəri ədəbiyyatın olması vacibdir. Təqdim olunan bu kitab həmin sahədəki ehtiyacın, qismən də olsa, ödənilməsi niyyətilə ərsəyə gətirilmişdir.

JURNALİSTİN İNTELLEKTİ VƏ VƏTƏNDƏŞ MƏSULİYYƏTİ

PLAN:

- 1. Jurnalistika sənətkarlığı anlayışı haqqında.*
- 2. Jurnalistin intellekti.*
- 3. Jurnalistin sosial vətəndaşlıq məsuliyyəti.*

Jurnalistika cəmiyyətdə ictimai fikrin formalaşmasında çox fəal rol oynayan peşə sahəsidir. Bu peşənin lazıminca icra edilməsi üçün isə qarşıda mühüm vəzifələr, jurnalistin bilməli olduğu çoxsaylı ince məsələlər, mətləblər vardır. Əvvəlcə publisist sənətkarlığı anlayışı ilə jurnalist sənətkarlığı məvhumu arasındaki fərqə, sərhəddə diqqət yetirək:

Bir var publisistika, publisistika sənətkarlığı, bir də var jurnalistika və jurnalistika sənətkarlığı. Bu iki məssələni çox zaman bir-birinə qarışdırır, jurnalistika deyəndə publisistik mətni və əksinə, publisistika deyəndə də elə jurnalistika başa düşürər. Bir sözlə, bu iki məvhum çox zaman ya eyniləşdirilir, ya da biri digəri ilə dəyişik salınır. Hər iki hal jurnalistika (və sənətkarlığı) ilə publisistika (və sənətkarlığı) məvhümları arasındakı «sərhədlərin», «səddin» fərqiñə varmamaq və ya həmin sərhədləri təsəvvürə belə gətirə bilməməklə bağlıdır.

Publisistika jurnalistikanın hazırlayıb ortaya çıxardığı və artıq emala hazır etdiyi mətnidir. **Publisistika sənətkarlığı** da bu hazır mətnin ideya-estetik xüsusiyyətlərini, onun uğurlu və kəsir cəhətlərini müəyyənləşdirməklə məşğul olan

elmi-nəzəri düşüncə sahəsidir.

Bundan fərqli olaraq, **jurnalistikə sənətkarlığı** jurnalistin həmin hazır mətnə qədər gördüyü mürəkkəb, cürbəcür maneələrlə dolu ağır və eyni zamanda maraqlı və romantik zəhmətinin xüsusiyyətlərini, xarakterik cəhətlərini, qarşıda duran çoxnövlü vəzifələrin yerinə yetirilməsi yollarını və prinsiplərini öyrənir. Daha doğrusu, əgər belə demək mümkünsə, jurnalist sənətkarlığı fənni jurnalistin publisistik (və ya xəbər və s.) mətni meydana çıxaranı, yazı masasının arxasından durana qədər gördüyü və görməli olduğu texniki və təşkilati işlərin, mürəkkəb texnoloji gedişlərin reallaşdırılması proseslərini və onların prinsip və üsullarını öyrədir. Bir sözlə, əsl jurnalist peşəsinə yiylənməyin elmi-texniki, təşkilati, hüquqi və sosial-psixoloji yolları haqda bir təlim rolunda çıxış edir.

Məlumdur ki, bir çox ixtisaslar kimi, jurnalistica da ali məktəblərdə və ya ayrı-ayrı təlim kurslarında keçilir, öyrənilir. Lakin bu təlim prosesi həmin peşəyə yiylənmək istəyənlərə ancaq nəzəri səviyyəli bilik verir. Tədris prosesində keçilən istehsalat təcrübəsi də bu pəşəni normal səviyyədə mənimsemək üçün kifayət etmir və edə də bilməz. Təsadüfi deyil ki, məşhur jurnalistlərdən birindən bu səviyyəyə necə çata bildiyini soruşanda o, bildirib ki, jurnalistikən sirlərinin və onun nəzəri əsaslarının səksən faizini ali məktəbdə, qalan, ən vacib iyirmi faizini isə öyrənmək üçün istehsalatda on ildən artıq vaxt sərf etmişəm.

Doğrudan da, maraqlı və obyektiv cavabdır; cəmiyyətlə, onun müxtəlif təbəqələri, müxtəlif peşə, dünyagörüşü, xasiyyətli və məqsədli üzvləri ilə

canlı temasda olub, bu zaman qarşıya çıxan hər hansı sosial-psixoloji, ideya-siyasi, mənəvi-əxlaqi sədləri aşaraq istədiyin informasiyanı ala bilib onun sevincini yaşamadan jurnalistikənin şirinliyini, gözəliyini bütün tamı, duzu ilə duymaq, hiss edib qavramaq mümkün deyil. Özü də bu proses və yolun sonu o qədər ilgimlidir ki, hər maneəni dəf edəndən sonra yolun sonuna çatdığını, bu peşənin bütün sirlərinə əsas etibarı ilə çatdığını düşünməyə macal tapmamış qarşıda yeni və daha əlçatmaz bir üfüqün, uzun yolun açıldığını görürsən. Burada adamın yadına bir gəncin dəmirçilik sənətini bir həftəyə «öyrənməsi» əhvalatı düşür; Bir qadın özünün yeniyetmə oğlunu bir dəmirçi ustasının yanına götürüb xahiş edir ki, onu yanına şagird götürüb dəmirçiliyin sirlərini öyrədərək, gələcəkdə usta kimi yetişdirsin. Onlar razılığa gələndən sonra Ana oğlunu dəmirçinin yanında qoyub gedir. Yeniyetmə bir həftə işə (şagirdliyə) davam etdikdən sonra daha dəmirçixanaya gəlmir. Dəmirçini maraq götürür və o, təzə şagirdinin başında bir qəza olub-olmadığını öyrənmək məqsədilə yeniyetməgilə gəlir. Qapıya uşağın anası çıxır və dəmirçinin – Uşaq dəmirçixanaya niyə gəlmir? – sualına ananın cavabı belə olur:

– Oğlumun daha dəmirçi şagirdi kimi çalışmasına lüzum yoxdur. O, dəmirçiliyin bütün sirlərinə artıq bələd olmuşdur.

Dəmirçi:

– O nə sirdir elə, mənə də deyə bilərsənmi? – deyə soruşduqda qadın cavabında

–Buna nə var ki, bel düzəltmək istəyəndə dəmiri döyüb enlədirən, yaba düzəldəndə işə döyüb uzadırsan, - deyir.

Dəmirçi:

— Afərin belə fərasətli şagirdə, bir həftənin ərzində dəmirçiliyi həm özü öyrənib, həm də anasına öyrədib, — deyə geri dönür.

Əlbətdə, hər hansı sahəyə bu cür yanaşma gülüş doğurur və “kənardan baxana döyüş asan gəlir” məsələni yada salır.

Əslində jurnalistika da dəmirçilik kimi ağır zəhmət, çoxlu enerji, səbr, təmkin, diqqət və incəlik tələb edən sənətdir. Jurnalist gərək əldə etmək istədiyi «xammalı» — informasiyanı yüzlərlə informasiyanın içindən seçə, onu təxəyyül və zehninin «kürsində» tamamilə «yumşalda» və öz yazı masasının «zindanında» döyüb istədiyi (tələb olunan) formaya sala, ona sözdən əvan, sehrli və cazibəli naxışlar vura bilsin. Bunun üçün o, işgüzar fəallıq vərdişlərinə yiylənməyi, informasiya «iyinin», xalqın əksər qisminin marağına səbəb ola biləcək informasiyanın və ya hadisənin mənbəyini, baş verə biləcək yerini müəyyənləşdirməyi bacarmalıdır. Həmin vərdişlərə təcrübəli jurnalistlərin yanında müəyyən müddət ərzində “assistantlik” təcrübəsi keçməklə yiylənmək mümkündür. Bu şərtlə ki, iti müşahidə, qavrama və operativ analiz edib nəticə çıxarma qabiliyyətin olsun. Əgər təcrübəli həmkarından nəyin pis, nəyin yaxşı, nəyin yararlı, nəyin yararsız olduğunu, həmçinin hansı fakt və materialın birinci dərəcəli, hansıların isə ikinci və sonraqı pillələri tuta biləcəyini saf-çürük etməyi bacardıqca öyrənə bilsən, demək yolun başlangıcını düz getmişən. Eyni zamanda təcrübəli həmkarın öz bilik və bacarıqlarının sırlarını sənə öyrətməyə meylli olmalıdır ki, çalışqanlığın və istedadın, məlumattoplama və s. keyfiyyətlərinə

xalqın görən «gözü», eşidən «qulağı» və eşidib gördüklerini saf çürük edə bilən, əqli düşüncəsi ola biləsən. Bu şərtlə ki, informasiya mənbəyini tez tapa və onun bütün qabaklılarına, informasiyavermə «şıltaqlıqlarına» səbrlə dözərək bütün mövcud sosial-psixoloji və ideya-əxlaqi, ictimai-siyasi sədləri aşmaq üçün iradəli və qılıqlı, yəni qarşı tərəfin bütün xof və qorxu, şübhə və təlaş dolu hisslerinin doğurduğu «gərginlik buzunu» əritmək qabiliyyətinə malik olmalı, peşə və əxlaq, yaş və sosial vəziyyət şəraitinin təlqin etdiyi davranış vərdişlərinin «qasırğasından» salamat çıxməq qabiliyyətinə malik olasan. Bütün bunları edərkən, informasiya almaq məqsədinə doğru irəliləyərkən özünün malik olduğun əxlaqi və intellektual sərvətin-dən maksimum yararlanmayı da bacarmalısan.

Nəzərə almaq lazımdır ki, jurnalistika əxlaq qaydalarının həssas olduğu bir peşədir. Çünkü jurnalistlərin ictimaiyyət qarşısında məsuliyyəti böyükdür: Demək, jurnalistin peşə sənətkarlığına onun öz işini görərkən etik normalara riayət etməyi, cəmiyyət və dövlət qarşısında daşıdığı ictimai vətəndaşlıq məsuliyyətini daim rəhbər tutmağı öyrənmək vərdişləri də daxildir. Bunlarsız jurnalistin fərdi imicin yaranma, formalaşa bilməz.

Fərdi imicin yaranması da uzun və son dərəcə çətin, çətin olduğu qədər də mürəkkəb bir prosesdir. Belə ki, peşə fəaliyyəti ərzində əldə edilmiş məlumatın yoxlanması, onun şərhi, oxucuya çatdırılması və operativlik məqamlarında obyektivliyə, dəqiqliyə, etibarlığa, qarşı tərəfin ləyaqətinin gözlənməsinə, məlumatın inandırıcılığını və s. maksimum həssaslıq və ədalət hissini qoruyub saxlamağı bacarmalı və bu prinsiplərə heç

vaxt xəyanət etməməli, ona sadıq qalmalısan. Bütün hallarda isə informasiya sadə, aydın, anlaşıqlı, yiğcam və tutumlu, dolğun şəkildə hazırlanıb çatdırılmalıdır ki, oxucu ondan nəsə götürə bilsin, bu zaman çətinliyə, zehni gücə düşməsin.

Yadda saxlamaq lazımdır ki, aldiğın hər hansı informasiya kiminsə bildiyi faktın şərhidir. Bu, doğru da, səhv də ola bilər. Məsələn, hansısa binanın uçmasını, avtomobil qəzasını rəsmi və ya mülki şəxsən (mənbədən) ala bilərsən. Bu isə sənin yox, onun – məlumat aldiğin mənbənin bildikləridir. Ancaq həmin hadisəni, bir alimin ixtirasını, idmançının uğurlarını, bədbəxt və ya ürəkaçan, sensasiya yarada bilən fakt və hadisəni özün görə bilirsənsə, yəni özün şahidə çevrilə bilərsənsə, artıq bu, sənin bildiyin, müxbiri olduğun informasiyadır. «Jurnalist sənətkarlığının əsasları» fənni bu vərdişlərə yiylənməyin yollarını da öyrədir, informasiya obyektinə, üçüncü, beşinci mənbədən birinci mənbəyə çevrilmək bacarığını, alınan informasiyanı verən mənbənin həmin hadisəyə münasibətinin tərzini – etinasız, maraqlı, qərəzli, obyektiv və s. ayırd etməyin forma və üsullarını öyrədir. Alınan məlumatı oxucuya çatdırarkən onu elə təqdim etməyi bacarmalısan ki, qarşı tərəf, sənin dediklərinin həqiqiliyinə inansın. Bu zaman baş verən hadisə haqda hansısa mənbə başqa cür informasiya verirsə, sən həmin məsələyə öz münasibət və mövqeyini obyektiv, məntiqi və inandırıcı şəkildə bildirməyi bacarmalısan. Bütün bu və digər uğur və vərdişlərin arxasında, əlbəttə, jurnalistin əxlaq və bilik intellekti dayanarsa, uğur təmin edilmiş olar.

Jurnalistin intellekti dedikdə onun malik olduğu bilik, əxlaq, mənəviyyat və bütün bu sistemin gündəlik fəaliyyətdə ifadə imkanları başa düşülür. Daha doğrusu, jurnalistin əldə etdiyi bilik və bacarıqları gündəlik fəaliyyəti—insanlarla, informasiya daşıyıcıları ilə, oxucularla ünsiyyət zamanı və ya əldə edilmiş materialların emalı prosesində ifadəetmə qabiliyyəti onun intellektinin göstəriciləridir. Ona görə jurnalistin öz peşəsinin sirləri ilə yanaşı, digər bilik sahələrinə də müəyyən norma səviyyəsində vaqif olması vacibdir. Əks təqdirdə o, məsələn, tibb, kənd təsərrüfatı, idman, elm və s. sahə adamları ilə ünsiyyət qura, bu mövzularda material hazırlaya bilməz.

Uğurlu yazının təminatına xidmət edən amillər sırasına dilin leksik və qrammatik imkanlarına, lügəvi bazasına, ədəbi-bədii zənginliyinə və ekspressiv imkanlarına bələdlik, bunun üçün dərin bilik və mütləq qabiliyyət və yanğısı daxildir. Ona görə jurnalist olmaq istəyən kəs çoxlu bədii ədəbiyyat oxumalıdır ki, onun söz ehtiyatı zəngin, fikri ifadə imkanları geniş olsun. Bundan başqa, jurnalist xalqın tarix və mədəniyyətinə, coğrafi və iqtisadi imkanlarına, siyasi, dini və düşüncə mədəniyyətinə bələd olmağın sirlərini və səmərəliliyini dərk etməyi də bacarmalı, habelə fəlsəfə, hüquq, dövlət və idarəcilik məsələlərindən başı çıxmalıdır. Bütün bu bilik və bacarıqların əldə edilməsi ilə yanaşı, gündəlik fəaliyyətində onlardan yararlanmağın texnologiyasına, forma və üsullarına da yaxından bələd olmağa çalışmalıdır. Çünkü, bildiyimiz kimi, jurnalistin cəmiyyət və dövlət qarşısında **sosial vətəndaşlıq məsuliyyəti** digər peşə və sənət sahiblərindən çoxdur. Həmin

məsuliyyəti daşıyaraq doğrultmaq isə onun bütün fəaliyyətinin məcmuundan ibarətdir. Yəni jurnalist yuxarıda sadalanan və qeyd olunmayan müsbət peşə, əxlaq, intellektual keyfiyyətləri əməli fəaliyyəti zamanı bütün milli, dövləti, fərdi və insani mənafə və prinsipləri rəhbər tutmağa, onları pozmaq və ya qulaqardına vurmaqdan tamamilə uzaq olmağa borcludur. O, bütün vəziyyətlərdə mənsub olduğu xalqı və dövləti təmsil etdiyini unutmaq haqqının olmadığını bilməlidir. Jurnalistin məsuliyyət hissinin zəifliyi onun intellektinin aşağı olmasından, sensasiya xatırınə sensasiya dalınca qaçmasından irəli gəlir. Bütün bu cür hallar isə çox zaman təhlükəli, fəlakətli və utancı nəticələrə səbəb olur.

Misallara keçək:

2006-cı ildə Cümhuriyyətimizin ildönümündə həsr edilmiş süjetlərin birində özəl telekanallardan birinin əməkdaşı Dövlət Bayraqındakı rəngləri özünün kadrarxası şəhhi zamanı səhv olaraq, mavi rəngi müasirlik, qırmızı rəngi isə türklük nişanı kimi izah etdi. Gündərin birində təsadüfən bir jurnalistlə həmsöhbət olarkən həmin süjeti və orada buraxılan səhvin nə qədər çasdırıcı və ziyanlı olduğunu xatırladım. Müsahibim utana-utana gülümsünüb dedi ki, həmin müxbir və «şərhin» müəllifi mənəm. Dövlət bayraqımızın rənglərinin mənası haqda məlumatı isə bir institutdan, oradakı alim tanışlarımıdan soruşub öyrənmişdim. Mənə elə o cür məlumat vermişdilər.

Dedim, niyə özüne bir qədər əziyyət verib elmi ədəbiyyatı vərəqləmirsən? Bəlkə o tanışın həmin şeyləri ayırd edə bilmir, yaxud sadəcə səninlə zarafat edib, ola bilsin qəsdən soni pis

vəziyyətdə qoymaq və ya yoxlamaq, sınağa çəkmək üçün belə cavab verib. Sən isə naşılığın ucbatından dərhal həmin yoxlanmamış səhv məlumatı efirə söyləmişən.

Görünür, bu süjeti efirə buraxan redaktor da ya məsuliyyətsiz, ya da savadsızdır. Hər iki hal yolverilməzdır. İndi həmin tamaşaçı və diniyiciləri bir-bir tapıb həmin səhv və naşı məlumatı başqasından aldığı, burada «günahsız» olduğuna onları inandırmaq imkanın varmı? Həm də belə bir imkan olarsa, sən hansı vəziyyətə düşəcəyini təsəvvür edirsənmi? Bax, mən tələbələrə jurnalist məsuliyyətinin və onun intellektual səviyyəsinin vacibliyindən danışarkən çəkdiyim misallardan biri də bu faktdır, dedim.

Həmin müxbir xəcalətindən qızarıb onu biabır etməməyimi xahiş etdi. Əslində isə özü özünü çıxdan biabır etmişdi.

Bildiyimiz kimi, hazırda Dövlət Himnimizin sözlerinin müəllifi kimi şair Əhməd Cavadın adı göstərilir. 1999-cu ildə həmin şeir mətninin dərc edildiyi «Milli nəğmələr» (Bakı, 1919) kitabı üzə çıxarıldı. Məlum oldu ki, şeirin müəllifi Əhməd Cavad yox, Camo bəydir. Araşdırımlar bu imzanın istedadlı publisist, AXC-nin qurucularından biri, Cümhuriyyətin parlament üzvü və hökumət kabinetlərində, dövlət nəzarəti şöbəsinin müdürü, poçt və teleqraf naziri və digər məsul vəzifələr tutmuş olan Cəmo bəy Hacınskiyə aid olduğunu sübut etdi. Dövlət Himni qəbul olunan dövrdə Respublika Parlamentinin üzvü və elm, təhsil məsələləri üzrə deputat komissiyasının sədri olmuş professor Firudin Cəlilov «525-ci qəzet»ə müsahibəsində (25 mart 1999) etiraf edir ki, o

zaman onların əllərində həmin şeir mətninin müəllifliyinin kimə məxsus olması haqda heç bir fakt və sənəd olmayıb. Yalnız bir-iki yaşlı adamın gümanla söyləmələrinə əsaslanaraq, şeirin, dövlət himinin müəllifi kimi Əhməd Cavadı göstəriblər. O zaman bu fakt cəmiyyətdə geniş əks-sədə doğurdu. Hətta himnin sözlərinin müəllifliyini öz atalarına aid etmək istəyənlər də, yeni şeir mətni yazmaq iddiasına düşənlər də tapıldı. Günlərin birində isə hər şeyə hələlik bir «şlaqbaum» qoyuldu...

Ümummilli liderimiz, o vaxtkı dövlət başçıımız Heydər Əliyev Gürcüstana növbəti səfərə gedirdi. Hava limanındaki birifinqdə jurnalistlərdən biri Heydər Əliyevə belə bir sualla müraciət etdi:

– Cənab Prezident, son zamanlar Dövlət Himnimizin dəyişdirilməsi(??!!) haqda fikirlər səslənməkdədir. Bu məsələyə Siz necə baxırsınız?

Sualın qoyuluşuna fikir verin. Müxbir bilarəkdənmi, bilməyərəkdənmi prezidentə məhz şeir mətninin müəllifinin dəqiqləşdirilməsi haqda yox, guya, bütövlükdə himnin, belə çıxır ki, həm şeir mətninin, həm də musiqinin yeniisi ilə əvəz edilməsi fikrinə münasibət oildirməyi xahiş edir. Sualın bu cür qoyuluşundan müxbirin naşılığı və sual verdiyi məsələdən məlumatsızlığı, olsa-olsa kimlərdənse eşitdiyi informasiyanı fərqliyə varmadan, onun səhihliyini aydınlaşdırmadan özünə diqqət cəlb etmək cəhdidə aydın görünür. Nəticə isə kifayət qədər acınacaqlı olur; Heydər Əliyev sualın qoyuluşuna tamamilə uyğun olaraq, belə cavab verir:

– Himnimiz gözəldir. Mən yazılan hər hansı bir şeyin dəyişdirilməsinin tərəfdarı deyiləm.

Bundan sonra yüksək çinli məmurlar və Dövlət Himnimizin sözlərinin əsl müəllifinin hüquqlarının bərpasının tərəfdarı olmayan dırnaqarası Cavadsevərlər başladılar ki, bu məsələyə Heydər Əliyev razı deyil. Beləliklə, müxbirin naşılığı və ya qeyri-səmimiliyi və qorəzi, çoxlarının nadanlığı və mütəlliyi ucbatından, necə deyərlər, qas düzəldilmək əvəzinə göz də vurulub töküldü, haqq və ədalətin, müəllif hüququnun bərpası, araşdırıcıların əməyinin nəticəsi qeyri-müəyyənlik dalanına salındı, müxbirin üzdəniraq xidməti milli dövlətçilik ləyaqətimizə salinan kölgəyə, haqqın təhrif edilməsində maraqlı olan subyektiv mövqeyli adamlara arxa durub onu hələlik mütləqləşdirməyə doğru yönəldi...

Jurnalist söz azadlığının bütün tələb və qaydalarına, o cümlədən dövlət və hərbi sırların qorunmasına cavabdeh olmağa borcludur. Bunun üçün o, ayıq və ağıllı, tədbirli və zirək, bilikli və siyasi, diplomatik cəhətdən hazırlıqlı olmalıdır. Əks təqdirdə...

Gərək ki, 2004-cü ilin qarlı qışı – dekabrın son, yanvarın (2005-ci il) ilk günləri idi. Milli ordumuzun Qazaxdakı bölmələrindən birinin oradakı strateji yüksəkliklərdən birini əla keçirməsi haqda ictimaiyyətə haradansa xəbər sızdı. Növbəti mətbuat brifinqlərinin birində naşı və hər cəhətdən hazırlıqsız müxbirlərdən biri müdafiə nazırına belə bir sualla müraciət etdi:

– Cənab nazir deyirlər, ordumuz Qazaxdakı strateji yüksəkliklərdən birini düşməndən azad edib. Bu doğrudurmu?

Zahirən vətənpərvərlik duyğusu ilə verilmiş bu təxribat məzmunlu suali müdafiə naziri

təbəssümlə belə cavablandırdı:

- Xeyr. Sadəcə olaraq havalar son vaxtlar çox soyuq və şaxtalı keçdiyinə görə ordu bölmələrimizin biri mövqelərini dəyişərək dağın ətəyindən onun başına çıxmışdır.

Bu cavab zahirən gülündür; necə yəni havalar şaxtalı keçdiyinə görə əsgərlər soyuqdan daldalanmaq üçün dağın aşağılarına, dalda yerə yox, məhz başına qalxıblar?! Şaxtalı havada dağın zirvəsi, yüksəkliyin isti olması görünməmiş olduğu qədər də gülündür. Əslində isə bu cavab son dərəcə ayıq, incə və diplomatikcəsinə verilmişdir; naşı müxbir bu sualla Azərbaycanı 1994-cü ildə Ermənistanla atəşkəs barəsində bağlanan müqavilənin şərtlərini pozan tərəf kimi təqdim edirdi. Müdafiə naziri isə zahirən məntiqsiz görünən cavabı ilə bu təxribkarlığın səmtini dəyişməyə nail oldu.

Məşhur xanəndə Xan Şuşinskinin oğlu Aslan 2006-cı ildə danışındı ki, bir müxbir atam haqda veriliş hazırlamaq istədiyini bildirib material istədi. Mən də atam haqda olan kitabı ona verdim ki, tanış olsun. Bir neçə gün sonra mənimlə yenidən görüşən müxbir söhbət əsnasında atam Xan Şuşinskinin dostu və müasiri, gözəl xanəndə Cabbar Qaryağdıcığluandan söz düşəndə onunla necə görüşə biləcəyini soruşdu!...

Bir neçə on il əvvəl vəfat etmiş bir adamlı görüşmək istyən «jurnalist» haqda nə deyəsən!

Yaxud başqa bir müxbir televiziya reportajında nümayiş etdirdiyi məkan haqqında canıyananlıqla bildirmişdi ki, filan sərhəd kəndimizin yanındakı mövqelərimizdə çox az əsgəri qüvvə və hərbi texnika, sursat var. Oraya

Yaxınlaşmağa əvvəller ürək etməyən erməni hərbi birləşmələri həmin reportajdan az sonra hücum edib nişan verilən məntəqəni tutdular.

26/9/10
Bu cür misalların sayını, təəssüf ki, artırmaq olar. Odur ki, jurnalistəm deyib irəli duran hər bir kəs istisnasız olaraq bu peşəyə hərtərəfli hazır olmanın bütün yükünə və ağırlığına dözməyi bacarıb-bacarmayacağını qabaqcadan kəsdirməlidir.

Jurnalist intellektinin səviyyəsi onun fərdi yaradıcılıq üslubunun formallaşmasında da mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Ədəbiyyat:

1. Akif Rüstəmov. Jurnalistika. Bakı, 2005, səh.10-13; 75-79
2. Rizvan Qənbərli. Jurnalistin əl kitabı. Bakı ,2005, səh.11-15
3. Jurnalistlərdən jurnalistlərə – 2007. Bakı, 2007, səh.10-12

"Azərbaycan müəllimi" qəzeti,
23 iyul, 2010

Bakı Dövlət Universiteti
ELMI KİTABXANA

MATERIALIN TOPLANMASI, İŞLƏNMƏSİ VƏ ÇAP MEXANİZMİ HAQDA

PLAN:

- 1. Jurnalistin mövzu seçimi və ona uyğun olaraq material toplamaq üsullarına dair.*
- 2. Toplanmış faktların saf-çürük edilməsi qaydaları haqda.*
- 3. Çap mexanizminin sırları və məsuliyyəti.*

Hər bir mətbuat orqanının əsas sütununu onun müxbirləri təşkil edir. Müxbirlər isə öhdələrinə düşən vəzifə borclarını hazırlayıb redaksiyaya təqdim etdikləri materiallar – jurnalist mətnləri ilə yerinə yetirirlər. Həmin materialların əsasında faktlar, informasiyalar, sənədlər, hadisələr və sairlə yanaşı, jurnalistin fərdi intellekti, yazı sənətkarlığı, sosial-mədəni baxışları, toplanmış fakt və materiallara münasibəti, yanaşma mövqeyi dayanır. Buraya müxbir fəallığını, onun zirəkliliyini, maraq və inadkarlığını da əlavə etmək lazımdır.

Müxbirlərin vəzifə bölgüsü xaraktercə iki cür olur; a) daimi tematik tapşırıq əsasında və b) gündəlik tematik tapşırıqlarla işləyənlər.

Daimi tematik tapşırıq dedikdə müxbirin hər hansı sahəyə (məs. kənd təsərrüfatı, taxılçılıq, idman, hərbi vətənpərvərlik, mədəniyyət, səhiyyə və s.) təhkim edilrnəsi, daha doğrusu, konkret bir sahənin işıqlandırılmasının bir (və ya bir neçə) nəfərə həvalə edilməsi başa düşülür. Bu zaman müxbirin fəaliyyət istiqaməti və yaradıcılıq axtarışlarının yönü müəyyən qədər konkretləşir və

jurnalistin ixtisaslaşması üçün əlverişli şərait yaranır. Bununla belə hər hansı əsl müxbir daimi tematik tapşırığın necə deyərlər limanında lövbər salmaq meylindən uzaq olub, məhdudluq «xəstəliyinə» yoluxmaqdan özünü qorunmalıdır. Əks halda onun bir jurnalist kimi yetişəcəyi sual altında qalar, qələmi getdikcə çətin ki, cilalanıb püxtələşər.

Gündəlik tematik tapşırıqla işləyən müxbirlərə isə günün qaynar həyat tərzinə uyğun müxtəlif məzmunlu, istiqamətli və xarakterli tapşırıqlar verilib material (məqalə, foto və s.) tələb olunur. Bu, jurnalistin maraq və axtarış üsullarının operativləşməsinə, çoxçəsidiyyinə şərait yaradır. Eyni zamanda, daimi tematik tapşırıqla işləyən müxbirin yaradıcılıq sənətkarlığı şəquli istiqamətdə püxtələşirsə, gündəlik tematik tapşırıqla işləyən müxbirin qələmi üfüqi formalaşır. Yəni bu cür iş prinsipi, bir tərəfdən müxbiri ən müxtəlif sahələr və mövzular üzrə axtarışlar aparmağa, həmin sahələr üzrə məlumat və biliyini artırmağa sövq edirsə, digər tərəfdən bir ixtisasçı sahə müxbiri kimi formalaşmasına mane olur. Bununla belə gündəlik və ya daimi tematik tapşırıqla işləməsindən asılı olmayaraq, əsl müxbir özünün zövq, maraq və intellektinə uyğun daimi tematik istiqaməti, fəaliyyətinin «qırmızı xətti»ni müəyyənləşdirməyə çalışmalıdır. Əks təqdirdə onun fərdi jurnalist imicinin formalaşmaq (müəyyənləşmək) ehtimalı sıfırə bərabərdir.

Onu da qeyd etmək lazımdır ki, gündəlik tematik tapşırıqla işləyən müxbirə verilən tapşırıq daimi tematik tapşırıqla işləyən müxbirin həmin günlərdə yazdığı hər hansı materialla toqquşa

bilməz və toqquşmamalıdır. Bunu redaktor və müxbirlər özlərinin tapşırıq və fəaliyyətlərində hökmən nəzərə alıb tənzimləməyi bacarmalıdırular.

Təcrübə göstərir ki, adətən belə xoşagelməz hallara yol verilmir. Çünkü, məsələn, mədəniyyət, hərbi vətənpərvərlik və ya taxılçılıq üzrə daimi tematik tapşırığı yerinə yetirən müxbir həmin sahənin daha çox ümumi və qlobal problemlərinə diqqət yetirdiyi halda, gündəlik tematik tapşırıqla işləyən müxbir həmin sahə və istiqamətlərin cari işlərini və fəaliyyətini işıqlandırır. Nəticədə gündəlik tematik tapşırıqla işləyən müxbirlər daimi tematik mövzu əsasında işləyən müxbirin fəaliyyəti bir-birini tamamlayır. Bununla belə, daimi tematik tapşırıqlar üzrə işləyən müxbirlərin gündəlik tematik tapşırıq dañınca getməyə borclu olmadığını düşünmək sadəlövlük olardı. Əksinə, daimi tematik tapşırıq üzrə fəaliyyət göstərən jurnalist gündəlik mövzu və material axtarışına çıxmaga, öz intellekt və ustalığını, yazı mədəniyyətini daha da təkmilləşdirib inkişaf etdirməyə borcludur. Ümumiyətlə, hansı (daimi və ya gündəlik) tematik tapşırıq əsasında fəaliyyət göstərməsindən asılı olmayıaraq, hər bir müxbir daima yeni-yeni mövzu və material axtarışına çıxmalıdır. Bunun üçün onların mövzu seçimi qabiliyyəti olmalıdır. Həmin keyfiyyəti özünə təlqin etməyi bacarmayan müxbirdən çətin ki, jurnalist çıxsın.

Öhdəsinə düşən vəzifəni yerinə yetirmək üçün müxbir birinci növbədə material toplamalıdır. Bunun üçünsə məqsəd və mövzu əvvəlcədən aydın (bəlli) olmalıdır. Mövzu seçimində məqsəd aydınlığı jurnalistin peşəkarlığından, informasiya duyumundan, hadisələri qabaqlamaq instiktindən,

onu həyata keçirmək isə qabiliyyət və intellektindən, peşəkarlıq səviyyəsindən asılıdır.

Məqsəd və mövzu seçimi mərhələsindən sonra həmin mövzuya dair material toplanması mərhələsi gəlir.

Materialın toplanmasının uğurla nəticələnməsi onun mənbələrinin düzgün müəyyənləşdirilməsindən və müxbirin peşəkarlıq qabiliyyətindən – sənəd və materiallarla işləmək, insanlarla (informasiya obyektləri ilə) ünsiyyət qurmaq, müxtəlif xarakterli mənbələrdə araştırma aparmaq bacarığından çox asılıdır. Özü də əsl jurnalist material toplayarkən ancaq üst qatda olub, gözə görünən faktlarla kifayətlənməməlidir. O, alt qatda, gizlində qalan, yaxud maraqlı adamlar tərəfindən ört-basdır edilən fakt və materialları görüb üzə çıxarmağı bacarmalıdır. Bunun üçün müxbirlər xaraktercə xüsusi keyfiyyətlərə və peşəkarlığa malik olmalıdır. Onlar hər şeyə maraq göstərməli, əldə etdiyi materiallara şübhə gözü ilə baxaraq onları digər fakt və materialla tutuşdurub hər şeyə əmin olduqdan sonra da qənaətlərini mümkün qədər möhkəmlədə bilən yeni faktlar axtarmalıdır. Bu hal materialın dərcinə qədər davam etsə və həmin material tam hazır olandan sonra bəzi məlumatların, yazının məzmun tutumuna xələl gəlməməsi şərtlə, istifadəsiz qalması mərhələsinə qədər davam etsə, heç də pis olmaz.

Müxbirlər informasiyanı bir neçə mənbədən:
a) rəsmi sənəd və materiallardan, **b)** müsahibə və söhbətlərdən, **c)** şəxsi müşahidə və əlaqələrdən, **d)** informasiya agentlikləri, məktub, gündəlik internet, elektron poçt, digər mətbuat orqanlarından və s. əldə edirlər. Bunun üçün o, sənədlərlə işləmə-

yi, onları harada – arxivdə, mətbuatda, hüquqi və şəxsi sənədlərdə, hesablaşma sənədlərində, məktub və ya gündəliklərdə və s. axtarmağı düzgün müəyyənləşdiridikdən sonra həmin fakt və sənədlərin əldə edilməsi yollarını tapmağa çalışmalı və bunu həm də bir araşdırıcı, tədqiqatçı və təhqiqatçı kimi bacarmalıdır. Jurnalist əldə edilmiş ən müxtəlif səviyyə və istiqamətli sənədlər arasındakı rabitənin gözəgörünməz bağlarını görməyi, müəyyən etməyi bacarmadığı təqdirdə faktlar və materiallar qalağının altında itib bata bilər.

Unutmaq olmaz ki, bəzən bir söz və ya ifadə altında hadisələrin mahiyyətinə düzgün işıq sala bilən fakt, işaret gizlənir. Xüsusilə rəsmi hesabatlarda, bədii əsərlərdə nəyəsə üstüörtülü işaretlər olur. Bu «gizlədilmiş» informasiyanı üzə çıxara bilən müxbir digər hadisələr – dünən və ya sabah baş vermiş (və ya baş verəcək) hadisələrin səbəblərini müəyyən etməkdə çətinlik çəkmir. Nəticədə jurnalist araşdırımalarının real nəticəsi kimi üzə çıxarılıb oxucuya təqdim edilən mətnin kamilliyi, dolğun, dürüst, inandırıcı və təsirli olması təmin edilmiş olur.

Jurnalist əldə etdiyi material və faktlardan hazırlayacağı mətnə (məqalə, xəbər, reportaj və s.) istifadə edərkən çox vaxt böyük çətinliklərlə üz-üzə qalır. Çünkü nədən və necə başlamağı özü üçün müəyyən edə, nəyin əsas, hansı faktın ikinci,... beşinci və s. dərəcəli olduğunu müəyyənləşdirmək və qalanlarını (digərlərini) onun ətrafında lazımı məntiqi ardıcılıqla düzənmək elə də asan iş deyil. Bu səddi uğurla keçmək üçün beş mərhələnin yollarını bilməlisən: 1) materialın ideyasını müəyyənləşdirmək; 2) faktlar toplamaq; 3) faktları təhlil etmək

və materialın planını hazırlamaq; 4) qaralama etmək və 5) mətni yenidən işləyib cılalamaq.

Yadda saxlamaq lazımdır ki, material (məqalə və s.) məharətlə şərh edilmiş və bacarıqla düzülmüş faktlar toplusudur. Bu baxımdan yanaşdıqda jurnalistika memarlıq bənzəyir; memar işi kimi, onun da hər hansı materialı – sözü, ifadəsi və faktı elə düzülüb yerləşdirilməlidir ki, onların simmetriyası bir tam təsiri bağışlasın. Odur ki, jurnalist işinin ən məsuliyyətli bir mərhələsinə ciddi yanaşmalı, oxucu ilə «görüşə», «ünsiyətə» çıxmazdan əvvəl birinci növbədə öz fikrini cəmləşdirərək toplayıb əldə etdiyi fakt və materiallara yenidən nəzər salmalı, ilkin olaraq qaralama etməlidir ki, dağıniq halda masanın üstünə qalaqlanmış materialların yazı forması müəyyənləşdirilsin. Bu forma **tərsinə çevrilmiş piramida** yazı qaydası da ola bilər.

«İnformasiya materialını təfərrüati ilə şərh etməyin ənənəvi üsulu tərsinə çevrilmiş piramidaya bənzəyir; ən təzə, ən mühüm informasiya üstdə yerləşir, sonra ondan az əhəmiyyətli və az maraqlı faktlar gəlir». (R.Qənbərli) Daha doğrusu, bu qayda ilə yazılmış xəbərlərdə əldə edilən məlumatlar əhəmiyyət dərəcəsinə görə azalan sıra ilə düzülür; ən əhəmiyyətli məlumat başda gəlir, az əhəmiyyətlilər isə xəbərin sonuna salınır. Bu hal qəzetiçin çapa göndərilməsi və ya səhifə hazırlanarkən materiala yer çatışmayanda (qəzet səhifəsində, sütunda) xəbərin məzmununa xələl gətirmədən onu ixtisar etməyə imkan verir. Lakin bütün bunlar jurnalistə hər hansı materiala “su qatmağa” və ya orada əhəmiyyətsiz və ya yalan məlumat verməyə haqq qazandırırmır. Oxucunu

çaşdırmaq və ya aldatmaq böyük günahdır.

Biz az əhəmiyyətli dedikdə xəbərin, əsas hissəsinin, "nüvəsinin" geniş şərhinə, onu oxucunun təsəvvüründə ətə-qana doldurmağa, şərhinə və s. imkan verən hissəni nəzərdə tuturuq. Məsələn, «Türkiyə hökuməti şimalı İraqda terrorçulara qarşı geniş miqyaslı hərbi əməliyyatlara başladı. Bu əməliyyatlarda «X» qədər əsgəri qüvvə, «X» qədər tank, top, vertolyot və s. iştirak edir. Qərarın BMM-də (Böyük Millət Məclisi) qəbulu gərgin müzakirələrlə müşayiət olunub.

Beynəlxalq dairələr, o cümlədən ABŞ hökuməti və s...»

Bu xəbərdə, əgər sütunda yer qalmayıbsa, sonrakı informasiya sətirlərini (cümlələrini) ixtisar etmək mümkündür. Çünkü, oxucuya əsas informasiya – İraqın şimalında Türkiyənin terrorçulara qarşı geniş miqyaslı hərbi əməliyyatlara başlaması – verilmişdir. İformasiya yükünün əsas ağırlığı bu cümlənin üzərinə düşür. Qalan cümlələrin hər hansını ixtisar etmək elə bir böyük narahatlıq, çatışmazlıq yaratır. Çünkü oxucu özü də təsəvvür edə bilər ki, keçirilən «geniş miqyaslı hərbi əməliyyatda» çoxsaylı ordu və hərbi texnikadan istifadə olunduğu kimi, ölen və yaralananların da kifayət qədər olması təbii və mümkündür; eyni zamanda bu hadisəyə beynəlxalq hakim, siyasi və ictimai dairələrin münasibəti birmənali ola bilməz.

Qeyd etdiyimiz kimi, bütün bu sonrakı informasiyaları yerli-yataqlı və sistemli şəkildə oxucuya çatdırmaq və onu gümanlar, şübhələr dolu düşüncə və suallardan xilas etmək jurnalistin borcudur; oxucu ondan məhz bunu gözləyir. Ancaq nə edəsən ki, buna hər zaman vaxt və səhifədəki

həcm darlığı imkan vermir. Belə hallarda “tərsinə çevrilmiş piramida” yazı qaydası jurnalistin “dadına çatır”.

Göründüyü kimi, əgər imkan varsa, «az əhəmiyyətli və ya ixtisarı mümkün», deyə sıraladığımız məlumatlar da mövcud materialın dolğunluğu üçün müəyyən əhəmiyyət daşıyır. Odur ki, «onların əhəmiyyət dərəcəsi azdır» düşüncəsi ilə jurnalist verdiyi rəqəmlərdə, şərhlərdə qeyri-dəqiqiliyə və saxtakarlığa yol verə bilməz. Buna haqqı yoxdur. O, atdığı hər hansı, o cümlədən düşünülməmiş və ya qərəzli addım üçün oxucu və cəmiyyət, dövlət və kollektiv qarşısında sosial-mənəvi və vicdani məsuliyyət daşıyır. Bu məsuliyyət inzibati və hüquqi məsuliyyətdən də ağırıdır.

Məsələn, hər hansı cinayətkar, narkotik və ya məişət pozğunu inzibati və hüquqi məsuliyyətə cəlb edilərkən onun valideyninin həbsini görməmişik. Çünkü hər hansı valideyn öz övladının törətdiyi cinayətdə faktik olaraq heç də həmişə iştirakçı olmur. Bununla belə, həmin cinayətin baş verməsində o, öhdəsinə düşən sosial-mənəvi və vicdani məsuliyyətdən qaça bilmir. Bəzən hətta valideyn övladının törətdiyi əməlin xəcalətindən yaşayış yerini belə dəyişib uzaqlara köçür. Ancaq az-çox normal adam özündən, vicdani mühakimənin zindan ağırlığından qaça bilməz. Əsl jurnalist də atdığı addımın, söylədiyi sözün məsuliyyətini, onun törədəcəyi ağırlı nəticələri əvvəlcədən görməyi bacarmalıdır. Daha dəqiq, desək o, buna borcludur.

Nəzərə almaq lazımdır ki, «tərsinə çevrilmiş piramida» yazı qaydasında sadəcə olaraq hər

sonrakı cümle və ya abzas özündən əvvəlinə nisbətən az əhəmiyyətlidir. Yəni onun daşlığı informasiya yükünün çəkisi özündən əvvəlkindən yüngüldür. Bundan başqa xəbər mətnlərini tərsinə çevrilmiş piramida qaydası ilə yazmağın bəzi başqa üstünlükleri də vardır. Bunlar aşağıdakılardır:

1. Oxumağı asanlaşdırır; 2. oxucu maraqlarına cavab verir; 3. Səhifədə yerləşdirmə prosesini yüngülləşdirir; 4. Xəbəri qısaltma və genişləndirmə imkanı yaradır; 5. Jurnalistə sürətli xəbər yazmaq imkanı verir.

Bu qaydaya görə xəbər ümumən üç fərqli yolla yazıla bilər; bunlardan birincisi **xronoloji sıra** adlanır.

Xronoloji sıra qaydası ilə yazılmış xəbərdə bütün hadisələr zaman ardıcılılığı ilə verilir. Yəni birinci cümlədə və ya abzasda verilən məlumatın ardınca o biri hadisələr sıralanır. Bu cür yazılar adətən fövqəladə hallarla bağlı olur. Məsələn, *Sunami qasaurğası baş verdi, bu qədər dağıntı və ölüən var və s. Yaxud filan yerdə filan şkala üzrə filan bal gücündə zəlzələ olmuşdur. Bu qədər dağıntı, ölüən və yaralanan var. Axtarış və xilasetmə işləri aparılır. Yeraltı təkanlar davam edir.*

İstanbulda yağış suları selinin törətdiyi dağıntıının miqdarı gündən-günə genişlənir və s.

Xronoloji qaydaya əsaslanan yazıda hadisələrin başvermə ardıcılılığı (gün, saat, dəqiqə, ərazi və s.) dəqiq verilməlidir.

Xəbərin ikinci tərsinə çevrilmiş piramida qaydası **blok abzaslardır**. Əgər yazıda (xəbərdə) verilən informasiyaların hamısı eyni dərəcədə əhəmiyyətlidirsə, bu qaydadan istifadə etmək olar. Yəni girişdən sonra gələn abzaslardakı məlumatla-

rın fikir tutumu bir-birindən demək olar ki, sərqlənmir. Səyahət, hava haqda məlumatlar, xarici xəbərlər və s. bu cür yazı qaydasına uyğun qələmə alınır.

«Tərsinə çevrilmiş piramida»nın üçüncü yazı üsulu «**zəncir metodu**» adlanır. Burada xəbər girişindən gələn hər sonrakı cümlə (və ya abzas) özündən əvvəlki ilə bağlı olub, onun izahına və tamamlanmasına xidmət edir. Açıqlayıcı yazılar (xəbərlər) bu üsulla yazılır.

Məsələn, Minsk qrupunun həmsədrlərinin bir neçə gündən sonra Bakıya gəlişi gözlənilir. Səfərin məqsədi... və s.

Qeyd edək ki, yazı qaydası, o cümlədən tərsinə çevrilmiş piramida yazı qaydası təkcə bu göstərilən üsullarla məhdudlaşa bilməz. Yazı üsulu çeşidcə minlərlə forma və üslubda təsəvvür edilə bilər. Ancaq bütün hallarda məqalənin ilk dörd-beş cümləsi və ya abzası oxucunu cəlb etməli və onu başladığı yazını axıradək oxuyub-oxumamaq barədə düşünməyə başlarkən qərarını eks istiqamətə yönəltməyə, yəni materialdan üz çevirməyə imkan verməyib, öz oxusunu davam etdirməyə maraq oyatmalıdır. Bu məqsədə çatmaq üçün dördüncü, beşinci cümlədən (abzasdan) sonra ona hadisənin (məsələnin) mahiyətinə qısaca işarə vurulmalı və bundan sonra oxucunu əldə saxladığına (saxlayacağına) inanaraq yoluna (yazmağa) davam etməlisən. Belə abzas çox vaxt «**ceviz abzas**» adlanır.

Misal üçün ATƏT-in Minsk qrupunun həmsədrlərinin gelişini, səfərlərini, bəyanatlarını və s. təsvir etdikdən sonra birdən-birə bildirirsən ki, «bütün bu manevrlerin arxasında müəyyən qüvvələr, gözə görünməz siyasi və hərbi qüvvələr

olduğu aydın nəzərə çarpir». Dərhal oxucuda maraq oyanır və o, məqaləni oxumağa davam edir ki, görsün müxbir ona hansı yeni məlumatları verəcək. Belə hallarda müxbir öz oxucusunun etimadını doğrultmağı bacarmalıdır. Əks təqdirdə imzasına, imicinə qarşı şübhə yarada bilər.

Bəzən tərsinə çevrilmiş piramidanı əvvəlki, əsl vəziyyətinə qaytarırlar. Bu yazı qaydası «sürprizli» sonluğa əsaslanır... «Şou xəbərlər», sensasiyalı yazılar əsasən bu prinsipə əsaslanır. Məsələn, filan məşhur siyasetçi və ya müğənni xarici ölkəyə qaçıb. Onun bu hərəkəti müxtəlif rəylər doğurub, filankəs belə deyib, digəri məlumatsız olduğunu bildirib və s. Axırda isə məlum olur ki, bütün bunlar düşünülmüş, ya da zahirən düşünülmüş donu geyindirmiş şayıə imiş.

Məqalə və ya xəbər yazarkən «dördbucaqlı yazı qaydası»ndan da istifadə edilir. Bu yazı qaydasından daha çox analitik yazınlarda və açıqlayıcı xəbərlərdə istifadə olunur. Dördbucaqlı yazı qaydası əsasən hansıa sənədlərin, fikir və mülahizələrin, bəyanatların izah və təhlilinə xidmət edir. Bu üsulla yazılmış məqalənin demək olar ki, hər cümlə və abzasında növbəti «niyə?» sualına cavab verilir. Belə yazınlardakı fikirlərin ağırlıq yükü cümlə və abzaslar arasında əsasən bərabər paylanır. Ancaq bütün hallarda birinci abzas (cümlə) növbətilərə nisbətən əsas informasiya ötürücüsü (və daşıyıcısı) roluunu oynayır. Sonrakılar isə öz əhəmiyyət dərəcəsinə görə bir-birindən elə də seçilir.

Dördbucaqlı yazı qaydasında iki əsas metoddan istifadə edilir; A) ya hər abzasda yeni məlumatlara yer verilir, B) ya da hər abzasda

hadisə və prosesin tarixinə, xarakterinə dair sənəd, məlumat və hesabatlar izah edilir. Adətən maliyyə, iqtisadiyyat, vergi, sosial problem və s. məsələyə həsr edilən yazılar dördbucaqlı yazı qaydası ilə hazırlanır.

Məqalə və ya xəbərin yazılması qaydalarından biri də «normal piramida yazı qaydası»dır. Bu yazı qaydasında əsas xəbər, informasiya yükü məqalənin son cümləsinin (abzasının) üzərinə düşür. Qalan bütün təfərruatlar yazının əvvəlinə çıxarılır. Adətən kriminal yazılar (məhkəmə salonlarından), məşhur adamların qohumları və ya sonrakı taleləri barədə verilən məqalələr (rəngli yazılar) normal piramida yazı qaydası üzrə qələmə alınır. Məsələn, «Ötən sentyabrların birində bir qadın Yasamal rayon polisinə zəng edərək BDU-nun binasına bomba qoyulduğunu bildirib. Fövqəladə Hallar, Daxili İşlər və Milli Təhlükəsizlik nazirliliklərinin əməkdaşlarından ibarət xüsusi qruplar dərhal hadisə yerinə gəlmış, adamları binadan çıxarmış, əməliyyat-axtarış tədbirləri görülmüşdür. Məlum olmuşdur ki, bu qərəzli məlumatı verən BDU-nun kitabxana işçilərindən biridir. Həmin qadın həbs edilərək haqqında cinayət işi açılmışdır».

Yaxud başqa bir xəbər: «İngiltərə şahzadəsi Diananın ölümü ətrafindakı müəmmalar 10 ildən artıqdır ki, davam edir. Həmin cinayət hadisəsinin yenidən araştırılacağı gözlənilir. Aldığımız məlumatə görə artıq bu barədə Londonda məhkəmə dinləmələrinə başlanılmışdır».

Göründüyü kimi, bu yazınlarda əsas informasiya sonda verilir. Xəbərin əvvəlindəki təfərruatları isə həmin informasiyanın diqqətə

çatdırılması üçün bir növ hazırlıq mərhələsini təşkil edir.

Xəbərin və ya məqalənin yenidən yazılması qaydası da jurnalistin gündəlik rastlaşdığı adı iş normalarından biridir. Bu iş o vaxt baş verir ki, hər hansı məqaləni qısaltmaq, ya da genişləndirmək lazımlı gəlir. Elə hallar da olur ki, bir neçə mənbədən gələn xəbərləri (informasiyaları) bir yazıda birləşdirmək, birgə vermək lazımlı gəlir. Belə vəziyyətdə xəbərin (məqalənin) yenidən yazılmamasına adətən aşağıdakı hallarda ehtiyac duyulur:

1. Müxbir operativ çatdırmaq istədiyi materialı hadisə yerindən birbaşa redaksiyaya ötürmək məcburiyyətdində qalır. Bu zaman redaksiyada olan bu cür hallar üçün ayrılmış digər müxbir onun verdiyi məlumatı yenidən işləyir, yazıya çevirir.
2. Digər mətbü orqanlarında və ya KIV-də gedən xəbərlər qəzetiñ üslub və istiqamətinə uyğun yenidən yazılır.
3. Xəbər agentliklərindən alınan (gələn) xəbərlər dil və üslubca yenidən işlənir.
4. Əvvəlcədən yazılmış məqalə və ya xəbərlə bağlı yeni faktlar üzə çıxdıqčı.
5. Bəzən iki ayrı xəbərin tək bir mətn içərisində yerləşdirilməsi lazımlı gəldikdə.

Məqalə (xəbər) yazarkən fikir aydınlığına, ifadə və cümlələrin sadə olmasına, məlumatın oxucuda heç bir şübhə yeri qoymayacağına, materialın cəlbədiciliyinə xüsusi diqqət yetirilməlidir. Bunun üçün informasiya mənbələrinin mümkün qədər çox və etibarlı olması təmin edilməlidir. Çünkü, bir yox, bir neçə mənbədən götürülən məlumat daha infomativ və inandırıcı olur (təsir bağışlayır). Bu cür materiallarda jurnalistdən tələb olunan altı sualın –

nə, kim, harada, nə vaxt, niyə və necə – hamısına dolğun və ətraflı cavab vermək ona heç bir çətinlik törətmir. Eyni zamanda məqalənin «dağınıq materiallar toplusu» deyil, möhkəm struktura malik bir mətn olmasını təmin edən amillərdən birinə çevrilir. Jurnalist mümkün qədər uzun və mürəkkəb cümlə işlətməkdən qaça bilib, fikrini sadə və qısa (hər birində 18-dən çox söz olmayan) cümlələrlə ifadə etməkdə çətinlik çəkmir. Lazım gələn yerdə xəbərin, informasiya mənbəyinin adını əmin-arxayın bildirməklə oxucunun inamını və ona etibarını təmin edə bilir. Yeri gələndə həmin mənbə və faktlara istinadən öz fikirlərini də söyləyir. Mətnədə fikir ardıcılılığını təmin etmək üçün lazım gələn bütün manevləri – abzaslararası rabitə körpüsü rolu oynayan **abzas qarmağından**, yəni əvvəlki abzasın son cümlə və ya ifadəsinə növbəti abzasın əvvəlində işlədirib ekspressivlik yaratmaq fürsətini də əldən vermir. Yeri gələndə hadisəni birinci, yoxsa üçüncü şəxsin dilindən söyləməyin səmərəliyini düzgün müəyyənləşdirə bilir. Başlıqların cəlbediciliyinə və onun mövcud materialın məzmun və ideyasını qabarıq və dolğun ifadə etməsinə nail olur. Məsələn, “...İndi baxın görün *hürriyəti-mətbuat* naya deyirlər.

Qəzeti həlim aşının qazanı bilib, ələ düşəni içi-nə doldurmağa və ağızına gələni ona yazdırmağa hürriyəti-mətbuat deməzlər.

Hürriyəti-mətbuat dedim yadına Osmanlı senzoru düşdü...”.

“İndi hökumət and içir ki, Rusiyada achiq-maçıq yoxdur və heç bir kəs də qızını satıb, çörəyə vermir. Qəzetlər dəxi hökumətin doğruluğunu bilmək üçün deyirlər ki, yalançı belə-bələ olsun. Amma hökumət bu “belə-bələ”yə razi olmur və bu sözə bərk

aciğı tutub qəzətləri sudxanaya çəkir.

Qoy hökumət elə bir ucdan adamları sudxanaya çəkməkdə olsun, biz də baxaq görək dünyanın axrı hara çıxır.”

Üzeyir bəyin “Hürriyəti kəlam” və “Yalan və doğru” felyetonlarından götərilən misallardakı yağılı şriftlə verilən sözlər abzas qarmağıdır.

Bütün bu uğurlarla yanaşı, jurnalist iş prosesində yol verdiyi nöqsanların fərqinə varmağı bacarmalıdır. Əks təqdirdə peşə və sənətində irəliləyə bilməz.

Yazı prosesində lüzumsuz epitetlərdən qaçmağı bacarmayan jurnalist oxucunun gözündə öz nüfuzunu tez itirir. Çünkü, əvvəla bayağı və qeyri-səmimi təsir bağışlayır, ikincisi də söz ehtiyatı tezliklə tükənir, öz özünü təkrarlamağa, bir növ yerində, qapalı dairədə firlanmağa başlayır.

Ədəbiyyat:

1. Cahangir Məmmədli. Müasir jurnalistikası. Bakı, 2005, səh.82-104
2. Rizvan Qənbərli. Jurnalistenin əl kitabı. Bakı, 2005, səh.51-62; 78-95
3. Jurnalist olmaq istəyirsən... Bakı, 2004, səh.19-39
4. Jurnalistlərdən jurnalistlərə – 2007. Bakı, 2007, səh.26-36; 49-69
5. Г.С.Мельник, А.Н.Тепляшина. Основы творческой деятельности журналиста. Питер 2006 стр. 23-46; 47-66, 102 .
6. Самарцев О.Р.Творческая деятельность журналиста. Очерки теории и практики. Москва Академический Проект, 2007, стр. 16-31; 213-215; 280-295; 367-369; 412-423; 448-455;
7. Tatyana Repkova. Yeni dönəm: demokratik cəmiyyətdə peşəkar qəzet buraxmağın yolları. Bakı, 2006, səh. 125-130.

*“Şərqi” qəzeti,
20,21 iyul, 2010*

JURNALİST ÜNSİYYƏTİNİN BƏZİ PSİXOLOJİ MƏQAMLARI

PLAN:

1. *Ünsiyyət psixoloji proses kimi. Jurnalistin fəaliyyətində ünsiyyətin yeri və rolü (verbal və qeyri-verbal – mimika ilə və s.) nitq)*
2. *Peşə məqsədi və ilkin ünsiyyətin qurulması yolları*
3. *İctimai mühitlə sosial-psixoloji tarazlığın (etibarlığın) qorunması qaydaları*

Jurnalistin peşə fəaliyyəti ünsiyyətlə – informasiya mənbələri ilə qarşılıqlı münasibətlərin qurulması ilə bağlıdır. Ünsiyyət isə psixoloji proses olub, «iki və daha çox adamın münasibətləri aydınlaşdırmaq və ümumi nəticə əldə etmək məqsədilə öz səylərini əlaqələndirməyə və birləşdirməyə yönəldilmiş qarşılıqlı təsir» formalarıdır.

“Ünsiyyət qarşılıqlı münasibətlərin təşkili və şəxsiyyətlərarası kommunikasiyaların formallaşması prosesidir. Ünsiyyətin moitivi başqa adamlı əlaqədar olmaqla mürəkkəb xarakterə malikdir.

Ünsiyyət müxtəlif vasitələrlə – nitq, mimika, jest (bədən hərəkətləri), toxunma və s. həyata keçirilir; nitqin tonu, pauza, baxışlar, üz, göz, dodaq hərəkətləri, adama yaxınlaşma, ona toxunma, itələmə, özünə tərəf çəkmə, yönəlmə, arxa çevirmə və s. ünsiyyətə daxil olan hərəkət və vasitələrdir.

Hər hansı baxış kommunikativ xarakter daşıdıqda ünsiyyətə çevirilir...

Ünsiyyətin baş tutması onun mövzusundan, tərəflər arasında qarşılıqlı maraq kəsb etməsindən,

eyni zamanda tərəflərin, həmsöhbətlərin bir-birinin təfəkkür tərzinin, dünyagörüş və daxili aləminin uyğunluğundan və bu keyfiyyətlərin öz-özülüyündə etirafından (qəbul edilməsindən) da asılıdır. Nəzərə almaq lazımdır ki, eyni bir ünsiyyət şəraitində şəxsiyyətin biri ilə səmimi davranışın, yaxud zarafatın, digəri ilə rəsmi, quru (və ya acıqlı) tonda danışması məhz bu ünsiyyətdə tərəflərin qarşılıqlı maraqlarının, qarşılıqlı səviyyə və xarakter yaxınlığının uyğun olub-olmamasından irəli gəlir.

Ünsiyyətin üç tərəfi (funksiyası) – **kommunikativ** (informasiya mübadiləsi), **interaktiv** (tərəflərin qarşılıqlı təsiri) və **perceptiv** (tərəflərin bir-birlərini qavraması, sosial persepsiya – mövqə) tərəfləri vardır. Bu funksiyalar bir-birləri ilə vəhdətdədir.

Ünsiyyət birinci növbədə informasiya mübadiləsidir və onun əsas vasitəsi nitqdır. Nitq isə verbal və qeyri-verbal olmaqla, iki yerə bölünür; **verbal nitq** birbaşa, canlı danışqdır. **Qeyri-verbal** nitq isə mimika və jestlərin köməyi ilə aparılır. Hazırda informasiyanın kibernetik vasitələri də geniş yayılıb. Ancaq kibernetik sistemlərdən fərqli olaraq, canlı ünsiyyət prosesində informasiya nəinki verilir, hətta o, ünsiyyət prosesindəcə formallaşa da bilir. Çünkü birbaşa, canlı ünsiyyətdən fərqli olaraq kibernetik ünsiyyət zamanı ancaq informasiya verilir (və ya alınır), bu informasiyanın emosional keyfiyyətini, sosial-psixoloji təsirini qavramaq, duymaq (və ya çatdırmaq) isə mümkün olmur. Ona görə jurnalist mümkün qədər informasiyanı canlı almağa çalışmalıdır ki, bu prosesdə qarşı tərəflə birləşdiriyi emosional yaşantıların heç olmasa

müəyyən hissəsini öz yazısında ifadə etməklə oxucuya təsir göstərə bilsin.

İnformasiya verən – kommunikator informasiya verərkən recipientin – informasiya alanın məqsəd və niyyətini də nəzərə alır. Bu, hər iki tərəf üçün mühüm amildir; tərəflərin maraqları uyğun gəldikdə onların aralarında əlverişli «informasiya məkanı, atmosferi» yaranır. Jurnalist bu məkanın yaradılmasına hər zaman hazır olmalı, çalışmalıdır. Belə ki, o, ümumi intellekti və ünsiyət qurmaq qabiliyyətinin köməyi ilə həm də informasiyanın heç də az əhəmiyyətli olmayan «alt qatını», «gizli kodlarını» üzə çıxarmağa çalışmalıdır. Bu «gizli kodların» üzə çıxarılmasında qeyri-verbal nitq xüsusi rol oynamaqla verbal nitqin ətə-qana dolmasını tömin edir, ona qövsi-qüzəhin allı-güllü boyaları kimi özgün emosional naxışlar bəxş edir» (Ə.Bayramov, Ə.Əlizadə. *Sosial psixologiya. Bakı, 2003, səh.266).*

Beləliklə, psixoloji cəhətdən əlverişli informasiya məkanı yaranır və müxbirə ilk baxışda jurnalislardən qorxan, diktafondan, mikrafondan sıxlıqdan informatordakı «gərginlik buzunu» əridərək ortada «bahar nəfəsləi», iliq, qılıqlı bir atmosferin verdiyi imkandan səmərəli şəkildə faydalanaq qalır. Müsahibə posesində tərəflər arasında yaranmış bu əlverişli ünsiyyət və informasiya məkanını (atmosferini) nəinki qoruyub saxlamaq, hətta müəyyən həddi keçmədən mümkün qədər inkişaf etdirmək lazımdır. Bütün bunlar işin səmərəli nəticəsi, həmçinin jurnalistenin həmin şəxslə (informatorla) gələcəkdə baş tuta biləcək növbəti ünsiyyət ehtiyacı (və ehtimalı) üçün əvvəlcədən hazırlanmış əlverişli zəminə çevrilə

bilər. Əks təqdirdə informator səninlə (müxbirlə) növbəti ünsiyyətdən inadla boyun qaçıra, hətta yaxasını qurtarmaq üçün qəbul edilməz üsullara əl ata bilər. Məsələn, vaxtilə respublikanın keçmiş səhiyyə nazirinin televiziya şirkətlərindən birinin müxbirinin onunla ünsiyyətdən əvvəl mədəni şəkildə, qeyri-verbal nitqlə, üzünü çevirib aralanmaqla, bu mümkün olmadıqda isə «konkrekt olaraq rədd ol!» – deyə boyun qaçırmışında, söz yox ki, jurnalistin də günahı az deyil. Görünür, müxbir və ya onun hansısa həmkarı həmin ünsiyyət cəhdinə qədər jurnalistika ilə bir araya sığmayan hansısa hərəkəti, aldığı informasiyanı yaymaq «üsulunda» nəsə bağışlanmaz səhvə yol veribmiş. Bütün bunlar azmiş kimi, növbəti fürsəti fota verməyib nə vaxtsa «yaş odun satdığı», yanında etibarını itirdiyi adama yenidən «sual atəsi ilə» davamlı hücumu keçmə cəhd əlbəttə, normal qarşılana bilməzdi.

Bəzi hallarda isə qarşı tərəf verməyə borclu olduğu informasiyanı gizlətmək üçün cürbəcür üsullara, hətta şantaj və ya psixoloji gərginlik yaratmaq fəndinə əl atır. Belə hallarda müxbir öz təmkin, səbr və digər peşə vərdişləri ilə qarşı tərəfin, psixoloji hücum taktikasını «darmadağın etməyi» bacarmalıdır.

Bir dəfə polis bölmə rəisinin qeyri-qanuni istintaq tədbirləri ilə bağlı ondan informasiya almaq istədik. Bölmə rəisi zərərçəkəni zəif hesab edərək, onun şikayət ərizəsinə baxmaqdan boyun qaçırmışdı ki, bu, məhkəmənin işidir. Zərərçəkən də məhkəməyə müraciət etmişdi. Məhkəmə istintaqının başlandığını görən cavabdıcı şəxs həmin bölmə rəisinə ərizə ilə müraciət etmişdi. Bu

dəfə bölmə rəisi zərərçəkəni sorğu-sual üçün çığırçıdı... Həmin vətəndaşın (zərərçəkənin) redaksiyaya yazılı müraciətinə əsasən biz jurnalist araşdırması apararkən polis bölməsinin rəisi ilə də görüşməli olduq. İlkin ünsiyətdən sonra bölmə rəisi gəlmişimizin səbəbini bilən kimi bizi, necə deyərlər, top-tüsəng atışına tutdu.

Deyəndə ki, zərərçəkənin şikayət ərizəsini qəbul etmədiyiniz halda o, məhkəməyə müraciət edəndən sonra qarşı tərəfin ərizəsini hansı əsasla qəbul edib polis orqanlarından yuxarı intansiya olan məhkəmə ilə eyni vaxtda paralel istintaqı hansı əsasla aparırsınız? Rəis əsl psixoloji şantaj üsulana keçdi... Ancaq jurnalistin öz təmkin və soyuqqanlığını axıradək qoruduğunu və ayaqüstü qeydlər aparıb təbəssümlə onunla sağollaşdığını görəndə tamamilə tərksilah olunmuş halda istəniləndən də artıq və ətraflı məlumat verməyə, öz qeyri-qanuni hərəkətini sıgortalamaq üçün müvafiq addımlar atmağa başladı...

Yaxud bir notariat idarəəinin rəisindən istənilən sənədin lap dib (kötük) qeydiyyat, sənədləşmə tarixini almaq üçün onunla sanki «köhnə dost» səviyyəsində ünsiyyətə girməli olduq. Məqsədimizə çatandan sonra bütün etik normalar və peşə tələbləri çərçivəsində dərc etdirdiyimiz məqalə ilə jurnalist araşdırımızı başa çatdırıb problemin həllinə kömək göstərə bildik.

Demək, jurnalist öz fəaliyyəti zamanı qarşılaşacağı hər hansı psixoloji maneəni keçməyə həm intellektual, həm iradi, həm mənəvi-əxlaqi, həm sosial-hüquqi, həm də psixoloji və etik baxımdan hazır olmayı bacarmalıdır. Bunu ondan çalışdığı peşə ilə bağlı öhdəsinə götürdüyü (düşən)

vətəndaş məsuliyyəti də tələb edir. Jurnalist bütün məqamlarda hər tərəfdən qarşı tərəfin hər hansı «şiltaqlığına» dözməyi, onu «idarə edib» öz niyyətinə uyğun istiqamətə yönəltməyi bacarmağa borcludur. Bunun üçün bütün mənəvi və intellektual keyfiyyətləri ilə ünsiyyətdə olduğu qarşı tərəfdən üstün, güclü olmağı bacarmalıdır.

Yuxarıda bəzi adamların, rəsmi şəxslərin özünü müxbir, diktafon (və ya mikrafon) qarşısında narahat hiss edib həyəcanlanmalarına və bununla əlaqədar istənilən informasiyanı yetərincə çatdırmaq qabiliyyətlərini itirə biləcəklərinə işarə etmişdik. Söz yox ki, bu cür hallar müxbirin həmin görüşdə qarşısına qoyduğu məqsəd və məram üçün ciddi maneə rolunu oynaya bilər. Çünkü, kommunikator keçirdiyi psixoloji gərginlikdən, karıxdığından verəcəyi informasiyanın çoxunu unuda da bilər, dolaşışq sala da bilər. Hətta, ümmumiyyətlə, deyəcəyi sözləri qəsdən baş-ayaq çatdırır. Odur ki, bütün bu cür xoşagelməz halların qarşısını almaq, belə əziyyət ucbatından uğursuzluğa düşər olmamaq üçün birinci növbədə həmin psixoloji gərginliyə səbəb olan cəhətləri aradan götürmək lazımdır; yəni əgər kommunikator mikrafondan qorxursa, müsahibəni hansısa texniki avadanlıqla aparmaq fikrindən vaz keç, daşın. Əlindəki diktafonu müsahibin gözü qabağında söndürüb kənara qoy, ya da «gizlət», yəni göz qabağından (masanın üstündən) götür. Ancaq hafızənin gücünə və apardığın qeydlərin dəqiqliyinə arxalan. Özü də müsahibə bitəndən sonra və ya müsahibə prosesində sənə aydın çatmayan, yainki qeydə almağı çatdırıa bilmədiyin fakt, rəqəm və adları bir daha dəqiqləşdir, təkrar

soruş. Bu, vacib hesab etdiyin həmin fakt və rəqəm üzərində (ətrafında) həmsöhbətini də öz fikrini cəmləşdirməyə və dəqiqləşdirmə aparmağa yönəldir, onu səfərbər edir... Çatdırı bilmədiyin bəzi təfərrüatları informatordan ayrılan (kabinet-dən çıxan) kimi dəftərcənə qeyd etməyə çalış, bunun üçün yaxınlıqda sakit bir kunc tapıb ilkin qeydlər aparmaq hər zaman mümkündür.

İnformatorun müsahibin səmimiliyini yoxlamaq da hər cətimala qarşı lazımdır. Bunun üçün müxbir, əlbəttə, gərək qabaqcadan öyrəndiyi həmin sahə və mövzu ilə bağlı nisbətən daha yaxşı bildiyi məsələ və ya fakt haqda «kəşfiyyat xarakterli» bir neçə sual versin. Aldığı cavablar onu qane edirsə, müsahibə və ünsiyyətə rahatca davam edə bilər. Yox, əgər informator qeyri-səmimi və yayğın cavablar verirsə, üstünü vurmadan (özünü bilməzliyə vuraraq) yavaş-yavaş müsahibini «tərksilah edib» istədiyini ondan qoparmağa çalışmalıdır. Bax, belə bir vəziyyətdə müxbirin intellektual və psixoloji üstünlüyü, məqsədinə doğru iradəli şəkildə addımlamaq qabiliyyəti köməyə çatır...

Bütün hallarda müxbirə ünsiyyətdə olduğu şəxsin fərdi və peşə psixologiyasına bələdliyindən, mövcud psixoloji məkanın xarakterini, sosial-mənəvi atmosferini düzgün qiymətləndirmə qabiliyyətindən də çox şey asılıdır. Çünkü insanın davranış və xarakterində fərdi xüsusiyyətlə yanaşı, onun peşəsi, peşə vərdişi və psixologiyası da mühüm rol oynayır; hamiya bəllidir ki, məsələn, musiqiçi ilə həbsxana işçisinin və ya polisin, müəllimlə həkimin, ağır fiziki işdə çalışan inşaatçı ilə məmuron və ya mədəniyyət işçisinin peşə

vərdişləri və davranışları, habelə iş şəraitləri arasında xeyli fərq var. Bu fərq onların xarakter və davranışlarına, ünsiyyət üsuluna, danışq tonuna ciddi təsir edir. Ona görə də polisin, həbsxana işçisi və ya hərbçinin bir qədər qaba davranış və danışıqlarıdan istifadə etməsi, yaxud aktrisanın, estrada müğənnisinin bir qədər sərbəst davranışını və açıq-saçıq geyimi və s. jurnalistin sarsılması, qızarış pörtməsi, özünənəzarəti itirməsi ilə nəticələnməməlidir. Ünsiyyətdə olacağın adamın həm fərdi, hə də peşə psixologiyasına heç olmasa müəyyən qədər bələd, qarşılaşacağın mənzərəyə hazır olmasan işində uğur qazana bilməzsen. Müxbir bütün bu kimi hallara qabaqcadan hazır olmalı, eyni zəmanda müsahibənin aparıldığı məkanı qiymətləndirməyi bacarmalıdır. Belə ki, söhbətin səmimiliyinə onun kabinetdə, yemək stolu, çay süfrəsi arxasında və ya təbiət qoynunda gedib-getməməsi müəyyən təsir göstərə bilir.

Ona görə fərdi və peşə psixologiyasını, maraq dairəsini, nisbətən zəif tərəflərini öyrəndiyin hər hansı «çətin adamlı» quracağın ünsiyyətin uğurlu və səmərəli alınması naminə sənin əsas məqsədinin reallaşmasına imkan verən əlverişli psixoloji məkanı qurmağa çalışmalısan; məsələn, informatorla haradasa çay süfrəsi arxasında, işdən kənar şəraitdə görüş təyin etmək olar. Çünkü adətən vəzifə masası arxasında məmurlar adı həyatdakından daha quru, rəsmi və qeyri-səmimi olurlar. Normal ünsiyyət üçün əlverişli psixoloji məkanın yaradılmasına lazım olan bütün bu təfərrüatlar nəzərə alındıqdan sonra müxbir ilkin olaraq iltifatlı sözlərə, gündəlik məişət və həyat qayıqlarına, məsələn, havaların tez-tez dəyişməsinə,

xoş keçməsinə, futbol yarışı, konsert programı, Bakıda keçirilən ilk Avropa olimpiya oyunları (2015) və s. haqda söhbətə meydan verməli, «rəsmiyyət pərdəsini yırtıqdan» sonra hiss etdirmədən yavaş-yavaş əsas mətləbə gəlməlidir. Elə etməlidir ki, həmsöhbəti söhbətin işgüzər xarakter almasının fərqi nə varmasın...

Müxbir əldə etdiyi məlumatları digər mümkün mənbərlə yoxlayıb dəqiqləşdiridikdən sonra onların ötürülməsi etibarlığını və bu zaman sosial ədalət prinsiplərini qorumağa borcludur, buna məsuliyyət daşıyır. Həmin peşə məsuliyyətini unudub ötəri və ucuz şöhrət dalınca qaçmaq cəhdini jurnalistenin və onun işlədiyi, çap olunduğu mətbuat orqanının həm informator yanında, həm də oxucu qarşısında etibarınınitməsi ilə nəticələnər. Fəaliyyət zamanı etibarlığın və nüfuzun qorunması isə əsas şərtlərdəndir.

Jurnalist öz informatoru ilə uzunmüddətli və səmimi işgüzər münasibət qurmaq istəyirsə, yeri gələndə peşəsinə xəyanət etmədən onun bəzi istəklərinə, məsələn, səmimi şəraitdə onun mətbuata çıxmasını istəməmək şərti ilə söylədiyi sirləri faş etməmək, hansısa informasiyanın və ya onun mənbəyinin məxfi qalmasına çalışmaq, alınan informasiyanı dəqiq, təhrifsiz və bəzək-düzəksiz çatdırmaq (yaymaq), bununla da heç bir fikir təhrifinə, ikibaşlı cümlə və ifadələrin işlədilməsinə yol verməmək və s. əməl etməlidir. Bütün bunlar jurnalistenin etibarlığı və səmimiliyi haqda yaranmış ilkin qənaətləri doğrultmaqla, onun gələcək fəaliyyətində operativ və mötəbər informasiyalarla təminatının möhkəmlənməsi ilə nəticələnir. Eyni zamanda jurnalist oxucu marağını nəzərə almaqla

yanaşı, onun karşısında öz imzasının etibarlığını da qorumağa borclu olub, bunu bacarmalıdır. Jurnalistlə oxucu arasındaki «qiyabi» ünsiyyətin psixoloji dayanıqlığı həmin münasibətlərin qurulma səviyyəsindən çox asılıdır.

Ədəbiyyat:

1. Ə.Bayramov, Ə.Əlizadə. Sosial psixologiya. Bakı, 2003, səh.258-285
2. R.Qənbərli. Jurnalistin əl kitabı. Bakı, 2006, səh.15; 39-40; 52-53
3. Jurnalist olmaq istəyirsənsə... Bakı, 2004, səh.11-12; 15-16
4. Vüqar Əliyev. Beynəlxalq jurnalistikada etik normalar və Azərbaycan mətbuatı. Bakı, 2006, səh.51-55
5. Г.С.Мельник, А.Н.Теплящина. Основы творческой деятельности журналиста. «Питер», 2006. str. 31-33; 63-66

*“Azərbaycan” qəzeti,
21 avqust 2010*

FOTOJURNALİSTİKA VƏ ONUN ƏHƏMİYYƏTİ

PLAN:

1. *Qəzətdə (jurnalda) foto və illüstrasiyalar jurnalistikanın tərkib hissəsi kimi.*
2. *Fotomüxbirə tapşırıqların verilməsi və uğurlu fotoların çəkilməsi yolları (Fotoreportaj, qəzətin cari şəkilləri, portretlər və s.).*
3. *Fotoların qəzətdə illüstrasiyalasdırılması qaydaları və şəkilaltı sözlər.*

Bu gün qəzet və jurnalları foto və illüstrasiylarsız təsəvvür etmək çətindir. Çünkü fotolar qəzet (və jurnal) səhifələrinə bir baxımlıq, dinamiklik verir. Onlar sanki materialların, səhifədə əks etdirilib çatdırılması nəzərdə tutulan hansısa informasiya və hadisənin oxucuya dikişən «gözləri»dir. Həmin «baxışlar, jestlər, təsvirlər oxucu diqqətini» daha təsirli şəkildə cəlb etməyə və ona nisbətən dolğun və canlı informasiya çatdırmağa qadirdir. Bu şərtlə ki, fotoların çəkilməsi və səhifədə yerləşdirilməsi müəyyən və aydın məqsədə yönəldilmiş olsun. Fotolar bu baxımdan tale Görüntülərlə müqayisə edilə bilər. Ancaq tale Görüntülərdə ən çox hərəkət anı diqqət mərkəzində saxlanılırsa, fotolarda sıfətlərin ifadəsinin «tutulmasına» fikir verilməlidir. Bu o demək deyil ki, bütün hallarda nəzərlər fotoobyektivə dikilməlidir. Xeyr.

Fotomüxbir şəkli çəkilməsi nəzərdə tutulan obyekti müxtəlif rakurslardan görməyi və bunların

ən yararlı və təsirli olanını seçib çəkməyi bacarmalıdır. Bu, fotomüxbirdən dəqiq müşahidə qabiliyyəti və operativlik, cəldlik tələb edir. Əgər fotomüxbir hadisə yerinə özünü vaxtında çatdırı və ən maraqlı anları ləntə köçürə bilbsə, işi uğurlu alına bilər. Onun ləntə ala bildiyi kadrlar oxucuya nəsə deyə biləcək. Özü də bu cür fotoinformasiya, yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, oxucuya daha çox, həm də daha təsirli söz deyə bilir; yerə uzanmış, yaxud qalib gəlmış boksunun, ov dalınca şığıyan şirin, pələngin, əkin və ya yaşayış sahəsini basan selin, insanları altına alan qar uçqununun və şairənin təsvirinin sözlə ifadəsindənənə foto görüntüləri daha təsirli və cəlbedicidir.

Məsələn, 1990-cı ilin 20 yanvar qırğınından sonra bütün informasiya vasitələri Bakıda və Azərbaycanda iflic vəziyyətə düşmüşdü. Bir neçə gün sonra ancaq «Səhər» qəzetti çapdan çıxdı. Qəzeti bu sayında verilən fotogörüntülər SSRİ hökumətinin Bakıda törətdiyi qırğının amansızlığını bütün digər vasitələrdən daha təsirli bir dillə ifadə edib aləmə yaydı. Bundan sonra «Azərbaycan», «Gənclik» jurnallarında və bir çox qəzetdə 20 yanvar qırğını, Xocalı soyqırımı və digər hadisələri eks etdirən fotoreportajlar və fotogörüntülər tez-tez yer almağa başladı. Çünkü, jurnalistlər fotoinformasiyanın təsir gücünü həyatda və öz təcrübələrində görüb dərk etdilər...

Fotoinformasiyanın üstünlüyü həm də onun «dil səddi» tanımayıb, bütün millətlərlə danışa bilməsindədir. Yəni fotogörüntüdəki informasiyanı “oxumaq” üçün dil bilməyə ehtiyac yoxdur, sadəcə diqqət və analiz, müşahidə qabiliyyəti kifayətdir.

Fotogörüntü təkzib olunmaz fakt və

informasiyadır. Onun verdiyi informasiyanın doğru olmasına şübhə etmək mümkün deyil. Məsələn, 1902-ci il Şamaxı zəlzələsi ilə bağlı Sankt-Peterburqda çıxan «Niva» jurnalındaki (1902 №8) yazının yanında azyaşlı bir qızın xarabaliqlar üzərində oturmuş halda fotosu dərc edilib. Şəkilaltı sözdən məlum olur ki, bu uşaq uçqunlar altından düz bir həftə sonra sağ-salamat tapılmış Fatma adlı qızdır. Bu fotofakta inanmamaq mümkün deyil. Foto və illüstrasiyaları jurnalistikadan ayırmaq bu baxımdan düzgün olmazdı.

Qəzet və jurnallarda fotolar **a)** fotoreportajlar, **b)** planlaşdırılmış şəkillər və **c)** portretlər olmaqla, əsasən üç yerə bölünür.

Fotoreportajlar qəzet və jurnallarda ən təsirli və istifadəsinə cətiyac duyulan vasitədir. Çünkü, yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, fotoreportajların informasiya tutumu və informasiya örtürmə imkanları çox böyükdür. «Ədəbiyyat qəzeti»nin fotomüxbiri Dilavər Afinə olimpiyadasında olarkən orada qədim yunan mədəni abidələrinin fotogörüntülərini müxtəlif rakurslardan elə götürmişdür ki, bu abidələrin əzəmət və gözəllikləri göz önünde qabarıq şəkildə canlanır. Sənətkarlıqla çəkilərək zövqlə tərtib edilib hazırlanmış həmin fotoreportaj informasiya tutumuna, dolğunluğuna və baxımlığına görə nömrənin ən maraqlı materiallarından hesab edilməlidir.

Planlaşdırılmış fotolara qəzetlərdə daha tez-tez rast gəlinir. Bu cür şəkillərə adətən rəsmi qəbullar, görüşlər, kütləvi tədbirlər və sairdən verilən fotolar daxildir. Həmin tipli fotolara fotostampovkalar da daxildir. Fotostampovkalara adətən iki dövlət baş-

çisinin, yaxud rəsmi şəxsin əl-ələ görüşüb fotoobyektivə gülümsədikləri, kresləda əyləşərək «söhbət etdikləri», rəsmi qəbul görüntüləri, mətbuat konfranslarından verilən şəkillər və s. daxildir. Bundan başqa hər hansı məqalənin (taxıl bitəni, süd sağını, idman yarışının təsviri və s.) içərisində verilən fotolar da planlaşdırılmış şəkillərə daxildir. Ancaq bu zaman fotogörüntülərin məqalənin məzmunu və orada təsvir olunan məkanla bağlı olmasına xüsusi diqqət yetirilməlidir. Belə ki, məsələn, qoyunçuluğa aid məqalədə at, inək və s. şəkilləri vermək gülüncdür. Eyni zamanda qabaqcıl bir kombaynçı, sağıcı və ya metallurq haqqında məqalə verərkən onun iş başında (öz kombaynında, süd sağırkən və ya mala qulluq edərkən, domna sobasının qarşısında və s.) fotosunun verilməsi materialın görüntüsünə bir dinamiklik və sənədlik verməklə yanaşı, onu məzmunca daha tutumlu, görkəmcə cəlbedici edir. Çünkü məqalə qəhrəmanın ustalıqla çəkilmiş şəkli oxucunu onunla «ünsiyyətə», «həmsöhbət olmağa» dəvət edir.

Qəzet və jurnallarda portret şəkillərə də geniş yer verilir. Bu, adətən portret-oçerklərdə istifadə edilən üsuldur. Bir çox halda isə məqalə müəllifinin, müsahibin portreti məqaləni bəzəyir, onun oxucuya «baxan gözü» rolunu oynayır. Belə fotoları dərc edərkən onların canlı çıxmamasına, ştanpovkadan (sənəd üçün çəkilmiş olmasından) uzaq olmasına diqqət yetirmək lazımdır. Səhifədə quru portret fotoların çoxluq təşkil etməsi oxucunu bezikdirib, darixdırar və qəzətdən uzaqlaşdırar.

Nəzərə almaq lazımdır ki, əgər telegörüntülərdə hərəkət anına (anlarına) diqqət yetirilirsə, fotogörüntülərdə üz və gözlərdəki

ifadələr diqqəti cəlb edir. Ona görə fotomüxbirə müəyyən tapşırıq verəkən bütün bu və digər məsələləri nəzərdə saxlamasını da xatırlatmaq lazımdır.

Fotomüxbirlər də şablondan qaçmağa, öz işinə yaradıcı yanaşmağa, mümkün qədər çox və fərqli anları fotoobyektivlə «tutub» ləntə köçürməyə çalışmalıdır ki, seçim imkanı geniş olsun. O, təsvir etdiyi adamın və ya hər hansı obyektin fotosunu yuxarıdan, aşağıdan, öndən, yandan, özü də müxtəlif məsafələrdən götürmək fürsətini də qaçırmamalıdır. Fotomüxbir hansısa tədbirdən və ya hadisədən – nümayiş, mitinq, qonaqlıq, konsert və s. görüntüləri ləntə köçürərkən öz cəldiliyini, operativlik, seviklik və peşəkarlıq keyfiyyətlərini işə salmalı, ən maraqlı və fikir tutumlu anları tutmağı bacarmalıdır...

Fotoların səhifədə yerləşdirilməsi, illüstrasiyalasdırılması zamanı oradakı boşluqları (əgər varsa) doldurmaq lazımdır. Yəni, məsələn, üç-dörd nəfərin əks olunduğu foto səhifəyə qoyularının, əgər orada təsvir olunanların arasında məsafə, boşluq varsa, ya onları kəsib bir-birinə yaxınlaşdırmaqla, ya da kadrda elə bir əhəmiyyət daşımadığı üçün tamamilə götürmək, yaxud da kənardakı adamın görüntüsünü digər iki nəfərin arasındakı boşluğa (əgər belə bir boşluq varsa) yerləşdirmək pis olmaz. Bu zaman cələ işləmək lazımdır ki, oxucu şəkil üzərində aparılmış əməliyyati hiss etməsin. Bunun üçün fotodakı adamların baxışlarının, siluetlərinin simmetrikliliyi, kadrarxası çizgi və görüntünün (məsələn, ağac budaqlarının, dağ silsiləsi və sairin) təbiiliyi diqqət mərkəzində saxlanmalıdır. Əgər şəkildəkilərin arasında hər hansı məsafə yoxdursa, ancaq hər birinin nəzərləri başqa bir

istiqamətə dikilib şəklin məzmun tamlığına xələl gətirirsə, bu cür fotonu səhifədən çıxarmaq daha yaxşıdır. Çünkü, bir masa ətrafında əyləşib nəyisə müzakirə edən və ya hansısa hadisəyə tamaşa edən bir neçə şəxsin diqqəti məhz eyni istiqamətə yönəlməlidir ki, onların işbirliyi haqda təsəvvür yaransın və bu təsəvvür qüsursuz olsun.

Bunun əksinə olaraq, salondakı, mitinqdəki və ya dəyirmi masa ətrafdakı adamların baxışları toqquşmalı, çarpzalaşmalıdır. Bu cür səhnələri eyni vaxtda bir kadrda yerləşdirmək, əlbəttə, qeyri-mümkündür. Ona görə ayrı-ayrı çəkilmiş natiqlə (müğəni ilə) dinləyiciləri səhifədə bitişik şəkildə elə yerləşdirmək lazımdır ki, hər iki tərəf «üz-üzə dayanmış olsun». Yaxud, məsələn, futbol yarışından verilən fotolarda rəqib komandanın qapısına yönələn topun ucuşu ilə yanaşı, bu «qol» anına azarkeşlərin reaksiyalarını da vermək məsləhətdir. Çünkü, oxucu üçün topun qapıya ucuşundan azarkeşlərin «ura»nidalarını ifadə edən jestləri və üzlərinin ifadəsi daha maraqlı və cəlbedicidir. Eynilə də əgər zəlzələ və ya uçqun anında təsadüfən hadisə yerində olubsan, yaxud proses hələ davam etdiyi vaxtlarda özünü oraya çatdırıbsansa, uçqundan daha çox insanların təlaş, qorxu və vahimə dolu görüntülərini ləntə köçürmək məsləhətdir. Çünkü qarşıda uçqunun nəticələrini çəkməyə imkan çox olacaq, təlaş və vahimə isə sonralar həmin anlardakı kimi insanların çöhrəsində öz ifadəsini qoruyub saxlamayacaq.

«Dəyirmi masa» söhbətlərini bəzən həmin anlarda çəkmək baş tutmur (fotomüxbir olmur, ya da texniki nasazlıq buna imkan vermir), belə halda həmçinin hansısa yığıncaqdə çıxış edən ayrı-ayrı

natiqlərin fotoportretləri səhifədə sapələnmiş şəkildə (təbii ki, yığıncaqdan ümumi görüntüs də olmaqla), hər birinin öz çıxışı başlığı yerdə yerləşdirilir. Təbii ki, natiqlərin fikrini ifadə edən mətnlər həcmə fərqli ola bilər. Bu, səhifənin tərtibində şəkillərin yerləşdirilməsində həm təbii «pərakəndəliyi» təmin edir, həm də oxucunun gözünü aldadıb onu oxu materialının çoxluğundan qorxmağa qoymur.

Ümumiyyətlə, səhifədə şəkillərin olması oxucunu cəlb edir və çox vaxt gözəl çəkilmiş fotolar oxucu nəzərlərini tutub saxlayaraq onu materialı oxumağa sövq edir, yönəldir. Ancaq «Samur» qəzeti «Əkinçi» qəzetinin 125 illiyinə həsr etdiyi “dəyirmi masa”da çıxış edənlərin hamısını basmaqplib üsulla onların çıxışlarını eyni həcmli hala salmış, bununla, guya, iştirakçılar arasındaki tarazlığı qorumaq məqsədi güdmüşdü. Nəticədə səhifədə fotoların hər biri növbəti sütunun başına yerləşdirilmişdi. Bu görüntü isə oxucuda mənfi emosiya və duyu yaratmışdı.

Əvvəla, “dəyirmi masa”da bütün iştirakçıların, guya, sözبəsöz bərabər ölçüdə danışması qeyri-mümkündür və bu elə ilk baxışdaca oxucunun aldadılması təsiri bağışlayır. Bundan başqa şəkillərin hamısının sütunun başında yanaşı düzülmüş halda yerləşdirilməsi sanki məzar daşları, ən yaxşı halda fotosərgi görüntüsü təsiri buraxırdı. Bundan fərqli olaraq «Günay» qəzetinin M.Ə.Sabirin «Hophopnamə»sinin nəşri məsələsinə və ya «Xalq qəzeti»nin «Molla Nəsrəddin» jurnalının 100 illiyinə həsr etdiyi «dəyirmi masa» səhifələrinin tərtibi uğurlu və baxımlıdır. Ona görə fotoları səhifədə yerləşdirərkən onun illüstrasi-

yalaşdırılması zamanı yaranacaq mənzərəyə oxucunun gözü ilə baxmağı bacarmaq və buna çalışmaq uğur qazanmağın əsas şərtlərindəndir.

Fotoreportajlar və ayrıca fotolar seçilərkən təbiət mənzərələrinə, yaxud hər hansı görüntüyə (yol, maşın sıxlığı, şəhərin geniş və işıqlı prospekti və s.) də yer ayrılmasına qısqanlıq etmək lazımlı deyil. Səhifəni açanda oxucunun gözü önündə çiçəkli bir bağça, bahar, qış və s. təsviri, dağ silsiləsi, şəlalə, hansısa fauna və ya flora təmsilcisinin canlanması onda xoş duyğular yaradır. Bu duyğu ilə də o, digər materiallara göz gəzdirir və əksərən həvəslə oxumağa girişir.

Qəzet və jurnallarda fotoetüdlərə də yer ayrılır. Bu zaman estetik gözəlliyə və məna, məzmun tutumuna xüsusi diqqət yetirilməli, mövsüm nəzərə alınmalıdır. Yəni qışda bahar, yaxud yayda qış mənzərəli fotodan qaçılmalıdır.

Nəzərə almaq lazımdır ki, şəkilaltı sözlər fotoların, orada verilən görüntülerin dərkində az rol oynamır. Ona görə səhifədə şəkilaltı sözlərin verilməsinə də diqqət yetirmək lazımdır. Şəkilə məzmunca dolğun, həcmcə yiğcam ünvan xarakterli sözlərin seçilməsi də yaradıcılıq işidir. Ancaq səhifədə verilən bütün fotolara ucdantutma şəkilaltı sözlər seçiləməsi də doğru və səmərəli addım deyil. Yəni hansısa fotoetüd və ya fotoreportajın altında uzunuzadı şəkilaltı sözlər yazmaqla oxucu sərbəst düşünmə və təqdim edilən fotogörüntüdə ifadə edilən fikri onun özünün qavramağa çalışma, bunun üçün müəyyən fikir və mülahizələr yürütülmə imkanlarından məhrum edilir. Ona görə elə etmək lazımdır ki, bəzi fotolarda (və ya fotoreportajlarda) oxucuya çatdırılması nəzərdə tutulan fikrin heç

olmasa müəyyən hissəsini oxucu özü oradan seçib çıxarmağa, qavramağa çalışın. Bu hal oxucuda qavrayışın, mühakimə və fikiryürümə qabiliyyətinin cıalanmasına kömək edir, səbəb olur.

Məsələn, yuxarıda göstərdiyimiz kimi «Ədəbiyyat qəzeti»nin fotomüxbiri Dilavər Afina olimpiyadasından fotoreportaj vermişdi. Ancaq bu görüntülər olimpiya oyunlarından deyil, oradakı qədim memarlıq abidələrindən bəhs edir. Həmin fotoreportajla qəzet (fotomüxbir) oxucuda Afinanın estetik gözəllikləri haqda da təsəvvür yaratmağa çalışmışdır. Dolayısı ilə idman oyunları və yarışları həm də gözəllik, estetik harmaniya və zərifliyin nümayishi yarışı, hər bir xalqın və idmançının öz daxili mədəni imkanlarını nümayişetdirmə yarışı olduğu kimi, qədim memarlıq abidəsinin ümumi mənzərəsinin, onun bütün memarlıq harmoniyasının bəxs etdiyi estetik təsir gücünün fotoreportajın dili ilə təqdimi də xüsusi məharət, ustalıq və peşəkarlıq tələb edir.

Əgər dərc olunan foto portretdir və o, yazı mətni ilə müşayiət edilirsə, bu cür fotoya şəkilaltı söz yazmağa ehtiyac yoxdur. Adətən kollektiv fotolarда kimisə fərqləndirmək, yəni fotodakı adamlar arasından kiməsə diqqət cəlb edilməsi lazımlı, hər hansı rəsmi tədbirlə bağlı olan fotolarda, bayram və mərasimlərə həsr edilmiş fotolarda iki-üç kəlmədən ibarət şəkilaltı söz yazmaq tələb olunur. Yaxud tarixi və kollektiv foto dərc edilən zaman həmin fotoda haqqında məlumat verilməsi nəzərdə tutulan adamın şəklini ya sıra ilə, ya da müəyyən işarə (ox, dairə və s.) diqqətə çatdırmaq, bunun üçün tələb olunan şəkilaltı sözlər seçmək lazımdır.

Şəkilaltı sözlərin miqdarı da nəzərə alınmalıdır. Bir şəkil üçün ən çoxu 18-ə qədər ifadə olması normal hal sayılır. Şəkilaltı söz normanı keçdikdə mətn hesab edilir. Bu cür halda «foto və mətn filankəsindir» qeydinə ehtiyac duyulur.

Şəkilaltı sözlər oxucunun diqqətini əsas məqsəddən yayındırmadan, təqdim olunan fotogörüntünün daha dolğun və sərrast dərkinə, başa düşülməsinə xidmət etməlidir.

Bütövlükdə fotojurnalistika jurnalışikanın tərkib hissəsi olub özgün xüsusiyyətlərə malikdir. O, xüsusi sahə olmaqla özündə bir neçə keyfiyyəti – müxbirlik, dizaynerlik, rejissorluq və s. birləşdirir. Bu baxımdan fotojurnalistika mətbuatda əhəmiyyətli yer tutur.

Ədəbiyyat

1. Jurnalist olmaq istəyirsəns ... Bakı, 2004, soh. 85-86; 99-103
2. Патрисия Холланд. Фотожурналистика: «Прямое обращение к взгляду?» Фотография и пресса. Медиа введение. Изд.2-е., Москва. 2005, стр. 510-522

*“Kaspi”qəzeti,
15,16 iyul, 2010*

Kütləvi informasiya vasitələrinin təsisini, təşkili və «dördüncü hakimiyyət»in oxucularla ünsiyyətinin forma və üsulları

Plan:

1. *KİV (qəzet)-in rəhbər heyəti, – naşir, baş direktor, baş redaktor, menecer, informasiya redaktoru və onların funksiyaları.*
2. *Jurnalist kadrların seçilməsi, yetişdirilməsi və onların vəzifə bölgüsünün aparılması qaydaları.*
3. *Qəzeti maliyyə və təsərrüfat işlərinin təşkili yolları.*
4. *«Dördüncü hakimiyyət» səlahiyyətinin caibəsi və məsuliyyəti. Hökumət və cəmiyyət münasibətlərində tarazlığın təminini yolları.*
5. *Redaksiya ilə oxucu arasında yaradıcı və sosial münasibətlərin qurulması yolları. Oxucu məktubları, müraciətləri və ...*

Yaxın keçmişdə qəzetlərin, hər hansı mətbuat orqanının təsisini və idarə edilməsi, onun çap və yayım mexanizminin təşkili dövlətin, ayrı-ayrı idarə və təşkilatların sərəncamında idi. Redaksiyanın ştat vahidinin tutulması, büdcəsi, qəzetiñ (jurnalın) formatı, həcmi, yayımı (tirajı) və sair də inzibati amirlik prinsiplərinə uyğun təşkil və tərtib edildi. Qəzetlərin (jurnalların) ayrı-ayrı nömrələrinə daxil ediləcək materiallar redaksiyalarda

işlənib redaktə olunduqdan sonra yiğim sexlərinə göndərilirdi. Yiğim sexlərində isə xüsusi yiğicilar əvvəlcədən müəyyən edilmiş qrafikə uyğun olaraq qəzet və jurnal materiallarını «isti nabor» vasitəsilə kağızla köçürüb elə həmin sexlərin müvafiq guşəsində olan masaların ətrafında, ya da redaksiyada əyləşən korrektorlara və növbətçi redaktorlara ötürürdülər. Korrektor düzəlişləri və növbətçi redaktorun «müdaxilələri» yenidən ancaq yiğim sexində təshih olunur, sonra başlıq və illüstrasiyalar, fotolar işlənib yerbəyer edilərək bütün materiallarla birgə səhifənin ümumi çərçivəsinə yerləşdirilirdi... Yalnız bundan sonra səhifələr plynokaya köçürülür, yoxlanır və çapa imzalanır. İndi isə həmin yiğim sexləri, demək olar ki, boş, «isti nabor» dəzgahları isə tamamilə istifadəsiz qalmışdır. Onların yerini çox az sahə tutan kompüterlər tutmuşdur. Bu kompüterlər «isti nabor» dəzgahlarından dəfələrlə az «səs-küylü», kiçik ölçülü və işləmək üçün rahatdır. İndi korrektor islahatları (düzəlişləri) və növbətçi redaktorun materiala «müdaxilələri» elə redaksiyanın öz otaqlarında, kompüter «sexlərində» (mərkəzlərində) həyata keçirilib səhifədə yerləşdirilir. Materialların vəziyyəti ilə tanış olmaq üçün baş redaktorun qovluqları araşdırmasına ehtiyac yoxdur. O, düyməni basmaqla hazır materialları öz masası üzərindəki kompüterin ekranına “götürir”... Beləliklə, demək olar ki, hazırda bütün işlər mexanikləşmişdir.

Ancaq mətbuat orqanının təsis, təşkili, redaksiyada işçilərin vəzifə bölgüsü və s. əsasən əvvəlki kimi qalmaqdadır. Belə ki, qəzet təsis etmək istəyən hər bir kəs, söz yox ki, bu fikrə

düşüb məqsədində qərarlı olduqdan dərhal sonra özünün maliyyə, texniki və təşkilatçılıq imkanlarına nəzər salmalı, ən xırda detalları belə döñə-döñə götür-qoy etməlidir. Əks təqdirdə başladığı səmərəli və lazımlı iş yarı-yarımçıq qala bilər.

...Sənədlər hazırlanıb icazə vəsiqəsi, bank hesabı və s. əldə edilməklə parallel surətdə işçi kontingenti formalasdırılmalı, gələcək əməkdaşların ştat vahidləri, vəzifə bölgüləri və s. müəyyənləşdirilməlidir. Bu zaman redaksiyada şöbələrarası, həmçinin redaktor-müxbir, müxbir-texniki işçi və s. münasibətlərin işgüzarlığına və faydalı iş əmsallığına diqqət yetirilməlidir.

Redaksiyada redaktor koməkçisi (müavin), məsul katib (texniki redaktor), mühasib, arxiv və kitabxana müdürü, kuryer, reklam, satış şöbələri və s. təşkil edilməli, işçilərin vəzifə bölgüləri düzgün qurulmalıdır.

İşə cəlb edilən həm təcrübəli, həm də gənc əməkdaşlarla qurulan yaradıcılıq işləri təsis edilən mətbuat orqanının əsas ideya xəttinə uyğun qurulmalıdır; çalışmaq lazımdır ki, təcrübəli işçilər əvvəlki iş yerlərinin ab-havasından yaradıcılıq psixologiyası baxımından uzaqlaşınb yeni iş yerlərinə uyğun ritmdə köklənsinlər. Çünkü yaradıcılıq və fəaliyyət sahəsinə görə müxbirlər müxtəlif tiplərə – sahə, partiya, müstəqil və s. ayrılırlar. Odur ki, partiya və sahə mətbuatında uzun müddət çalışıb kifayət qədər təcrübə və nüfuz qazanan jurnalisten tamamilə başqa istiqamətlə redaksiyada əvvəlki templə işləyə bilməsi heç də asan başa gəlməyib xeyli zaman və işgüzar yaradıcılıq münasibəti tələb edir. Bütün bunları yeni KİV rəhbəri nəzərə almayı bacarmalıdır. Gənc

əməkdaşlar isə jurnalistikanın istehsalat və yaradıcı qayğılarına alışmaqla yanaşı, çalışdıqları redaksiyanın tutduğu xətti, ideya istiqamətini yaradıcılıq prinsiplerini mənimssəyib öz işlərində ifadə edə bilsinlər. Daha doğrusu, hər bir redaksiya özü üçün kadr potensialı formalaşdırmağın da qayğısına qalmağa çalışmalıdır. Bütün bunlar açıq izahatlardan daha çox şöbə redaktorları və müxbirlərə verilən tapşırıqların məzmunu, materialların redaktösi, artıq oxucularına çatıb tarixə çevrilmiş nömrələrin (keçilən yoluñ hər və ən yaxın addiminin) müzakirəsi, materialların təhlili və qiymətləndirilməsi yolu ilə həyata keçirilməlidir.

Redaksiyada redaktor və naşir münasibətlərinin düzgün qurulması, mətbuat orqanının oxucu auditoriyası marağına və sosial sifarişə uyğun şəkildə təşkili də fəaliyətin əsas şərtlərindəndir. Çünkü, çox zaman yaradıcı şəxs olmayan naşir təsis edib maliyyələşdirdiyi mətbuat orqanından özünün siyasi və ya şəxsi məqsədləri üçün yararlanmağa üstünlük verir. Ona görə redaksiyaya müəyyən təzyiqlər göstərməyə çalışır. Redaktor öz naşirinin iradəsi ilə tam hesablaşmasa da, müəyyən güzəştlərə getmək məcburiyyətindədir. Belə hallarda o, işini elə qurmalıdır ki, naşirin iradəsinə «tabe olduğu» məqamlarda belə mətbuat orqanının ümumi istiqamətinə və sosial sifarişə nəzərə çarpacaq qədər xilaf çıxməsin...

Qəzətin maliyyə müstəqilliyi onun reklam və satış, yayım işinin təşkilindən asılıdır. Ona görə sağlam yaradıcı mühitlə yanaşı bu işlərin təşkili də diqqət mərkəzində olmalıdır...

Jurnalistikanın cəmiyyətdə oynadığı rol, media-nın imkanları və nüfuzu ictimaiyyətin ona olan

maraq və sosial təmənnasını artırır. Belə ki, bəlli olduğu kimi, mətbuat ictimai və dövlətçilik proseslərində «dördüncü hakimiyyət» istilahı ilə xarakterizə edilir. Həmin istilahı isə ilk dəfə 1828-ci ildə lord Tomas Babington Makulay məqallələrinin birində işlətmüşdür. Bu ifadə altında journalistikanın hakimiyyət üzərində nəzarətətmə funksiyası başa düşülür. Daha doğrusu, mətbuat məmənurun, hakimiyyət qüvvələrinin xalqın mənəseyi üçün işləyib-işləməməsinə, onların əməllərinin bütün qanun və mənəvi-əxlaqi prinsiplərə uyğunluğunun dərəcəsinə nəzarət edir. Qanundan və sosial ədalətdən hansı sapıntı, haqsızlıqla rastlaşanda ona ictimai diqqət cəlb edir. Burdan belə çıxır ki, mətbuat ictimaiyyətlə məmənur, xalqla iqtidar arasında onların qarşılıqlı münasibətlərini nizamlayan «körpü» funksiyasını yerinə yetirir. Lakin bu «körpü» sadəcə olaraq, passiv rəbitə vasitəsi rolunu oynamada uzaqdır. O, qeyd etdiyimiz kimi, ictimai nəzarəti, milli və dövləti maraqları ifadə edən, yerinə yteirən dinamik bir sahədir. Ona görə də məmurlar və hakimiyyət həmişə mətbuatla hesablaşmağa məcburdur. Lakin bu hesablaşma heç də həmişə ehtiyatkar, tabe xarakterli olmur.

Mətbuatın ictimai rəy və iradəni formalasdırma, onu hər hansı problemin həllinə səfərbəretmə gücündən yararlanmağa çalışan məmurlar journalisti öz niyyətlərinin alətinə çevirmək üçün müxtəlif vasitələrə – onları pulla, müxtəlif hədiyyə və şirnidirici vədlərlə ələ almağa, bu mümkün olmadıqda zahirən doğru görünə də, əslində qərəzli və təhlükəli nəticə vermək ehtimalı böyük olan informasiyalar ötürməklə – çasdırmağa, öz

iradə və məqsədlərinə xidmət etdirməyə çalışırlar. Bu kimi hallar jurnalist üçün qorxulu bir tələdir. Yəni jurnalist bu cür tələlərə çox zaman «dördüncü hakimiyyət» missiyasının məstedici cazibəsi, öz peşə idealına kəm baxıb xəyanət və tamahkarlıq uçrumuna yuvarlanması və ya səriştəsizliyi ucbatından düşür. Bütün hallarda o, daşıdığı peşənin şərəfini tapdamaqla, xalqın mətbuatə etimadının itirilməsinə səbəb olur. Əsl jurnalist oxucu ilə hakimiyyət arasındaki münasibətlərin tənzimlənməsində daşıdığı funksiyadan suisitifadəyə yol vermək fikrindən uzaq olmalıdır. Çünkü, oxucu, ictimaiyyət hər hansı məsələdə həqiqəti, obyektiv mövqeyi jurnalistdən umur. Bu da cəmiyyətdə nəzarət və ictimai təsir funksiyasının gücünü, məmurların jurnalistikə ilə hesablaşmaq məcburiyyətini təmin edir.

Yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, mətbuat və jurnalist hər hansı sosial, hüquqi, kriminal və digər problemi inzibati qaydada həll edə bilmir. Buna onun heç səlahiyyəti də yoxdur. Ancaq onun əlində inzibati gücdən daha təsirli bir silah – ictimai nəzarət, qınaq, sosial-psixoloji təsir yaratmaq hüquq, səlahiyyət və bacarığı var. Bu «silah» vasitəsi ilə jurnalist çox zaman inzibati və hüquqi strukturların həll edə bilmədiyi problemin yoluna qoyulmasına nail ola bilir. Məsələn, 1989-90-ci illərdə mətbuatın səfərbəredicilik gücü və məharəti xalq hərəkatının gücünün daha da artması SSRİ hökumətinin dağılması ilə nəticələndi... Amerika - İraq müharibəsində iraqlı əsirlərə ABŞ-ın həbs düşərgələrində işgəncələrin verilməsinin qarşısının xeyli dərəcədə alınıb, hökumətin bu barədə əməli tədbirlər görmək məcburiyyətində qalması məhz

jurnalistikyanın gücün ilə baş verdi. Yaxud "evdə doğuş"ların qarşısını almaq məqsədi ilə doğuşu evdə həyata keçirilmiş uşaqların sənədləşdirilməsi üçün doğum evlərindən hər hansı arayışın verilməsinə səhiyyə naziri tərəfindən qoyulmuş qeyri-rəsmi qadağa jurnalistenin məsələyə müdaxiləsi ilə ortadan götürüldü.

Ümummilli liderimiz Heydər Əliyev mətbuat və jurnalistikyanın bu gücündən həmişə məqsədyönlü şəkildə bacarıqla yararlanmışdır.

Mətbuat ayrı-ayrı vətəndaşların da qarşılaşdığı cürbəcür sosial, mənəvi, hüquqi, iqtisadi və digər problemlərin həllində əhəmiyyətli rol oynaya bilər. Buna inanğı üçün oxucular və müxtəlif təbəqəli vətəndaşlar redaksiyalara ərizə və şikayətlərlə müraciətlər edirlər. Hər bir redaksiya oxucuların ona olan etimadından sui-istifadə hallarına yol vermək cəhdindən tamamilə uzaq olmaqla yanaşı, onların «qan sızan yaralarına məlhəm çəkməyi» də bacarmalı, bu cür hallara qarşı mümkün olduqca qanun və peşə səlahiyyətləri çərçivəsində həssas mövqe tutmağı bacarmalıdır. Bu zaman jurnalist özfəaliyyətdən qaçmalı, hər hansı müraciətin rəsmiləşdirilməsi mərhələsində də diqqətli olmalıdır.

Ümumiyyətlə, hər bir redaksiya (və jurnalist) geniş ictimaiyyətlə müxtəlif növ canlı və qarşılıqlı yaradıcı münasibət qurmağa çalışmalıdır. Bütün bunlar onun fəaliyyət uğurunun təminində mühüm rol oynayır.

Oxularla ünsiyyətin bir neçə forması vardır. Bunlardan biri redaksiyanın yerlərdə ictimaiyyətlə öz fəaliyyətinə dair oxucuların fikir və mülahizələrini, rəy və təkliflərini öyrənmək

məqsədilə keçirilən görüşlər, müzakirələrdir. Bu cür ünsiyyət redaksiyaya öz fəaliyyətinə yenidən və ictimaiyyətin gözü ilə baxmaq imkanı verir... Yerlərdən oxucu məktublarının qəbulu və onlara diqqətlə yanaşılması, yəni yeni «nəfəsin», hadisələrə yanaşma tərzi və ifadə üslubunun rənginliyinin, məzmun dolğunluğunun, ictimai təsir gücünün artmasında əlverişli rol oynayır. Redaksiyanın informasiya agentlikləri ilə əlaqəsindən əlavə imkan daxilində bölgələrdə (yerlərdə), ayrı-ayrı ölkələrdə xüsusi müxbirlərinin olması da onun ictimai-yaradıcılıq uğurunu və oxucu kontingentinin genişliyini təmin edən amillərdəndir...

Oxular cəmiyyətdə, gündəlik həyatda qarşılaşıqları problemlərlə bağlı, onların həllinə kömək məqsədilə «dördüncü hakimiyyət» – redaksiya və jurnalistlərə müraciət edirlər. Həmin müraciətlərə etinəsiz yanaşmaq olmaz. Redaksiyaya daxil olan bu tipli müraciətlərin uçota alınması, araşdırılması, lazımlı gəldikdə onların obyektiv şəkildə təhlilini vermək – jurnalist araşdırmasının nəticəsini dərc etmək və yazını məktubla əlaqədar təşkilatın diqqətinə çatdırmaq, nəticə haqda ictimaiyyəti məlumatlandırmaq lazımdır.

Onu da qeyd edək ki, jurnalist araşdırması və onun məqalə şəklində oxucuya çatdırılması işi çox çətindir; jurnalistdən tədqiqatçılıq məharəti, araşdırıcılıq və analitik qabiliyyət, psixoloji hazırlıq, obyektivlik və cəsarət, səriştə və üslubi aydınlıq tələb edir.

«Dördüncü hakimiyyət»in oxucu və vətəndaşların hər hansı şəxsi probleminin həllinə köməyi redaksiyanın və jurnalistikanın təkcə həmin adamın yanında deyil, daha geniş ictimai

çevrənin arasında nüfuzunun artmasına müsbət təsir göstərir...

Təcrübə göstərir ki, jurnalistikada KİV-in təsis, təşkili, oxucularla ünsiyyəti və s. mühüm əhəmiyyətə malikdir.

Ədəbiyyat

1. Cahangir Məmmədli. Müasir jurnalistika. Bakı, 2003, səh.358-359.
2. Jurnalist olmaq istəyirsənsə... Bakı, 2004, səh.49-55, 75
3. Rizvan Qənbərli. Jurnalistin əl kitabı. Bakı, 2005, səh.106-112.
4. Tatyana Repkova. Yeni döñəm: demokratik cəmiyyətdə peşəkar qəzet çıxarmaq yolları. Bakı, 2006. səh. 49-79.

*“Kaspi” qəzeti,
30 iyun, 2015*

Qəzet (jurnal) maketinin tərtibi prinsipləri

PLAN:

1. *Növbəti nömrənin planlaşdırılması və maketə hazırlıq.*
2. *Materialın səhifələrə uyğun çəsidlənməsi və yerləşdirilməsi.*
3. *Qəzetiñ bədii və texniki dizaynı.*

Kollektiv əməyin məhsulu olan mətbuat orqanı və onun oxucu «əllərini öpən» hər bir nömrəsi uzun və gərgin, həm də məqsədyönlü əməyin nəticəsi kimi meydana çıxır. Bu prosesin sona yaxın mərhələlərindən biri də maketin, növbəti nömrənin təsərrüfat mənzərəsinin hazırlanmasıdır. Həmin işə müəyyən hazırlıq görülür. Cənkür maket həm bütövlükdə qəzetiñ ümumi, həm də nömrənin xüsusi bir siması, ideyanın, fikir və axtarışları məcmusunun gözəl görünən şəklidir. Ona görə bu görüntünün baxımlı, cəlbedici və məzmunlu olması hər bir redaktorun və redaksiya kollektivinin ümdə məqsədidir. Həmin məqsədin uğurla gerçəkləşdirilməsi isə xüsusi hazırlıq tələb edir. Belə ki, əvvəla, hər hansı nömrənin səhifələrində dövrün, həmin günün ölkədə və cəmiyyətdəki ab-havanın nəfəsi duyulmalıdır. Bu, gəlişigözəl və ilk baxışda yerinə yetirilməsi asan görünən tələb, arzu nömrənin materialları, onların məzmunu, ruhu və səhifələrdə düzülüşü ilə gerçəkləşdirilir. Ona görə maketin

tutulması xüsusi hazırlıq tələb edir.

Əslində növbəti nömrənin maketinə, qiyabi olaraq, əvvəlki nömrə çapa göndəriləndən dərhal sonra hazırlıq başlanır. Ancaq hələ redaktorun düşüncələrində. Bu düşüncələri isə zamanın və günün sosial-mənəvi «diqtəsi» ilə yanaşı qəzətin istiqaməti, mövqeyi və müxbir kollektivinin hazırlayıb ərsəyə gətirdiyi materiallar müəyyənləşdirir. Redaktor günün baş mövzusunu müəyyən etdikdən sonra digər məsələləri və qəzətin təsərrüfatında olan hazır məhsulları, məqalələri nəzərdən keçirir, müavinlərinin, söbə redaktorlarının məlumatlarını və təqdim etdikləri materialları götür-qoy edir, son və operativ (əgər varsa) informasiyaları aldıqdan sonra köməkçilərini masanın ətrafına dəvət edir. Yekun fikir mübadiləsindən sonra nömrənin səhifələri doldurulur. Bu zaman məsul katib öz xətkəsi və karandaşı ilə səhifəyə təklif olunan materialların mənzərəsini maket blankının üzərində cızır.

Maket blanklarının ölçüsü qəzətin həcmi ilə qeyri-mütənasibdir. Ona görə də sütunların həcmi maket blankının kənarındaki düymənin köməyi ilə göstərilir. Məsul katib burada sütunların səhifədə sayını, yəni materialın neçə sütunda verilməli olduğunu, həm də bu yerləşdirmənin, şaquli, yoxsa üfüqi olacağını qeyd edir. Bir növ növbəti «binanın» və ya «mənzilin» cizgilərini, layihəsini çəkir. Bu layihədə hər bir element dəqiq ölçüdə və məzmununa uyğun formada təsvir edilir. Ancaq onu da nəzərə almaq lazımdır ki, maketin tutulması üçün dəqiq və ehkama çevrilmiş sərhəd yoxdur. Bu, yaradıcı proses olub, xüsusi fantaziya, materialın məzmununa köklənmiş təxəyyül tələb edən bir iş

prosesidir. Ona görə çoxçeşidli təzahürlərdə başa gəlir. Qəzətin və onun nömrəsinin maketini onun tipi və formatı da «diqtə edir». Belə ki, adətən qəzetlər böyük (A2) və kiçik (A3) formatlarda nəşr olunur. Qəzətin (jurnalın) formatı isə onun istiqaməti, yəni analitik məzmunlu, xəbər yönümlü, əyləncə xarakterli, satirik və ya sahə istiqamətli olmasından da asılı olaraq müəyyənləşdirilir. Adətən A2 format ciddi və analitik, A3 isə əsasən xəbər və əyləncə, həmçinin siyasi yönümlü, qəzetlər üçün xarakterikdir. Təsadüfi deyil ki, məsələn, vaxtilə «Kommunist» qəzətinin xəbər və əyləncə xarakterli əlavəsi (sonralar isə müstəqil qəzet olan) «Səhər», eləcə də «Yeni Azərbaycan», «525-ci qəzet» və sairənin həftəlik əlavələri (şənbə buraxılışları), onların özləri A2 formatda olduqları halda, ədəbi-bədii və əyləncə məzmunlu olub, A3 formatdadır. Eləcə də «Azərbaycan», «Azərbaycan məktəbi», «Təhsil ocağı» və digər elmi, ədəbi və publisistik jurnallarla «Ulduz», «Qobustan», «Azərbaycan qadını» və digər jurnalların formatları və dizaynları fərqlidir; biri ciddi, digəri isə bədii və obrazlı. Bütün bunlar hər hansı nəşrin xarakteri haqda ilkin təəssürat yaradan elementlərdəndir.

Qəzətin adı, birinci səhifəsi, başlığın «qulaqları» və altındakı sözlər, üstündəki (əgər varsa) şuar, habelə rəngi, şifrəsi və s. onun «pasportu» bir növ «sifəti», «çöhrəsi»dir. Bu elementlər döyişməz qalmalıdır. Çünkü, oxucu qəzet bazارında (köşkündə) öz sevimli qəzətini axtarış tapmaqdə çətinliklə qarşılaşmamalıdır. O hər dəfə başqa-başqa «çöhrələrlə» rastlaşdıqda çəş-baş qalır və bu cür hallardan bezikib darixaraq başqa səmtə üz tutur. Nəticədə oxucu ilə yanaşı, redaksiya da

itirmiş olur. Ona görə nəşrin «sifati»nin dəyişdirilməsi arzuolunmazdır.

Bununla belə, məlum olduğu kimi, obyektiv və subyektiv səbəblər və tələblər üzündən bir çox mətbuat orqanının adları dəyişikliyə məruz qalmışdır. XIX əsrдə «Ziya» qəzeti 76-cı nömrəsindən öz adını «Ziyayı-Qafqasiyyə» kimi göstərməyi lazımlı bilmişdi. Bu addımını redaksiya belə izah edirdi:

«Litografiyamız üçün təzə gətirdiyimiz həkkak və nəqqaş ustalarımız «Ziya»dan ötrü nəqş və nigah eylədikləri «Ziyayı-Qafqasiyyə» sərlövhəsini rədd eyləməyi rəva görmədiyimizdən, beş aydan bəri qiyami-ətalətlə məşhur olun «Ziya» qəzetimizi məzkur sərlövhə altında nəşr etməyə meyl olundu».

Söz yox ki, burada qəzetenin adının dəyişdirilməsi sərf texniki vasitədən, yaxud «Ziyayı-Qafqasiyyə» yazısının görünüşünün qəzet rəhbərliyinə xoş gəlməsindən irəli gəlməyib, məqsədli olmuşdur; belə ki, əvvəlki ad – «Ziya» ümumən işiq mənasını verib, konkret ünvan bildirmədiyi halda yeni ad – «Ziyayı-Qafqasiyyə» nəşrin öz fəaliyyətində ünvanlandığı oxucu auditoriyasını, güddüyü məqsədi daha aydın və dəqiq ifadə edirdi. Yəni qəzetenin məhz Qafqaza, Qafqaz müsəlmanlarına üz tutub, onların ictimai-mədəni həyatına «işiq saldığı» bildirilirdi. Bir sözlə, qəzet bu addəyişmə əməliyyatı ilə öz fəaliyyət programını bir qədər də dəqiqləşdirmiş, məqsəd və məramını aydın ifadə etmiş olurdu. Redaksiya «Ziya» qəzetimizi məzkur (həmin – A.B.) sərlövhə («Ziyayı-Qafqasiyyə» - A.B.) altında nəşr etməyə meyl olundu», - deyə vurğulamaqla «Ziyayı-

Qafqasiyyə»nin yeni qəzet olmayıb, məhz «Ziya»nın yeni adda davamı kimi nəşr edildiyini nəzərə çatdırmaq istəmişdi. Hətta yeni adla çıxan qəzetiin nömrələri əvvəlki adın – «Ziya»nın davamı kimi sıralanmışdır. Ona görə bəzi mənbələrdə «Ziya» və «Ziyavi-Qafqasiyyə»nın ayrı-ayrı qəzet kimi göstərilməsi düz deyil... Belə olsa, gərək «Azərbaycan» jurnalını onun əvvəlki adlarından «Maarif və mədəniyyət», «İnqilab və mədəniyyət», «Revolusiya və kultura», həmçinin hazırkı «Həyat» qəzetiini «Sovet kəndi» və «Bərəkət» adlarından, «Azərbaycan ordusu»nu «Xalq ordusu»ndan ayrı tutub yeni nəşr hesab edək.

Qeyd edək ki, «Ziya» adının «Ziyavi-Qafqasiyyə» ilə əvəz olunmasının, guya, ancaq yuxarıda xatırladılan əhvalatla, yeni başlığın görüntüsünün gözə xoş gəlməsi ilə bağlı olduğunu vurğulamaqla redaksiya sensuranın «gözünə kül üfürmiş», taktiki gedış etmişdir. Bununla addəyişmə üçün senzura komitəsinə izahat verib fikrini əsaslandırmış və həmin addəyişmədən heç bir yeni məqsəd güdülmədiyinə senzurani inandırmaq əziyyətindən özünü xilas etmişdir. Yazılı və rəsmi icazə istənilədiyi təqdirdə senzura idarəsi və Mətbuat Komitəsinin redaksiyaya rədd cavab verəcəyindən tutmuş qəzetiin nəşrini dayandırıa biləcəyi ehtimalı da nəzərə alınmış və izlənilən məqsədə çatılmışdır.

Bundan fərqli olaraq «Səda» qəzeti hökumət tərəfindən qəpadılmışdı. Ona görə də Haşim bəy Vəzirov, «Səda» qəzeti bağladıandan sonra nəşrinə icazə aldığı sonrakı qəzetləri «Sədayi-həqq», «Sədayi-Qafqas» və s. adlandırmaqla onların məhz «Səda»nın davamı olub, onun məqsəd və məramını

izlədiyini oxucuların nəzərinə çatdırmaq istəmişdi. Yaxud Azərbaycan mühacirət mətbuatının ilk orqanı olan "Yeni Kafkasiya" dərgisi Sovet Rusiyasının tələbi ilə Türkiyə hökuməti tərəfindən qapadılandan az sonra onun davamı kimi "Azəri türk", daha sonra "Odlu yurd" çıxmışdır. Bu nəşrlər isə bir-birinin davamı olsalar da, dövrün ictimai-siyasi və beynəlxalq hadisələrinə uyğun olaraq fəaliyyət programlarında fərqli elementlər də nəzərə çarpmaqdadır.

Göründüyü kimi, hər hansı ayıq düşüncəli və aydın məqsədli redaktor öz nəşrinin adının dəyişdirilib-dəyişdirilməməsi məsələsinə həssaslıqla yanaşmış, bu işə yaradıcılıq prinsipi, oxucu və qəzet münasibətlərinin sabit saxlanmasıın vasitələrindən biri kimi baxmışdır. Təsadüfi deyil ki, sovetlər birliyi dağıldan sonra «Sovet kəndi» əvvəl «Bərəkət»ə, sonra isə «Həyat»a çəvrildiyi (və çox güman ki, bu addım yaradıcılıq məqsəd və məramından çox populizmə əsaslandığı) halda «Komsomolskaya pravda» öz əvvəlki adını və oxucuları arasındakı imicini qoruyub saxlamaqda, «Həyat» qəzeti isə ölüzməkdədir...

Mətbuat orqanının adı ilə yanaşı, onun rəngi və formatı da oxucuya müəyyən informasiya ötürür. Məsələn, «Azərbaycan müəllimi» qəzeti və onun adının şrift və rəngi ciddiliyi, ziyalı nüfuzunu, «Bakinskiy bulvar» qəzetiinin adının şrift və rəngi ehtiras, qıcıqlandırıcı hiss, «Kokteyl» qəzetiinin başlıq şrifti və rəngi, həmçinin, demək olar ki, əksər nömrələrinin birinci səhifəsində verilən yarıçılpaq qadın şəklinin yarıqaralı xumarlanmış gözləri məstlik duyğuları ifadə edir, «Yeni Müsavat» qəzeti mavi rənglə türklüyü, yaxın

keçmişdə çıxan «Gün səhər» qəzeti narinci rənglə «Soros» fonduna xidmət etdiyini və s. bildirdiyi kimi, «Azərbaycan», «Azərbaycan məktəbi», «Dilçəliş» və s. jurnalların formatı onların ciddi, oturuşmuş düşüncə sahiblərinə və əsasən yuxarı yaş hədli oxuculara, «Ulduz», «Azərbaycan qadını» və s. jurnalların isə gəncliyə və qadınlığa məxsus obrazlı, bər-bəzəkli və bir qədər də emosional xarakterli oxucu və yaradıcı kollektivə xidmət məqsədi güddüyünü bildirir. «Qobustan» jurnalı isə elm, mədəniyyət və incəsənət toplusudur. Onun kağızı və tərtibat formatı da bu baxımdan uğurlu seçilmiştir.

Qəzetiin «qulaqlar»ında (başlığın, adının yan tərəflərində) onun nömrə və simvolları həkk edilir. Birinci səhifədə daxili səhifələrdə yer alıb, aktual hesab edilən (qəzetiin hər nömrəsini və hər hansı nömrənin heç də bütün materiallarını aktual, zəruri, uğurlu hesab etmək və ya buna nail olmaq mümkün deyil) materialın qısa annotasiyaları, habelə rəsmi materiallar və fotostampovkalar yer alır. Redaksiya məqaləsi və künc, köşə yazıları ikinci səhifənin sol yuxarı küçündən başlayıb üzü aşağı yerləşdirilir. Bu cür yazıların mövzusu baş redaktor tərəfindən, yaxud kollegial şəkildə müəyyənləşdirilir. Özü də analitik məzmunlu və publisistik ruhlu olduğu üçün adətən ciddi düşüncəli və zövqlü oxucuları özünə cəlb edir.

A2 formatlı qəzetlərin hər səhifəsində beş və altı sütun yerləşdiyi halda A3 formatında dört sütundan artıq olmur. Oks təqddirdə materialı axıradək oxumağa oxucunun hövsələsi çatmır. Çünkü «göz bucağı» sətinin sonuna çatmağa macal tapmamış növbəti sətrə keçməli olmaqla tez yorulur və bu da

oxucunu hövsələdən çıxarıır.

Əgər şaquli yerləşdirilmiş və kiçik ölçülü şriftlərlə yığıllaraq səhifədə kifayət qədər böyük yer tutmuş material oxucunu bir qədər qorxudursa, səhifədə üfüqi, özü də A2 formatda cəmi dörd sütundan ibarət olan həcmcə böyük material belə şriftləri iri, sətirlərarası məsafə rahat «nəfəs ala bilən» bir məsafədə olduğu üçün asan oxunur. Bu cür yazıların sütunlarının hündürlüyü qısa olduğu üçün oxucunun «gözünü aldıdır», ona materialın böyüklüğünü qavramağa psixoloji cəhətdən imkan vermir. Ona görə xüsusən irihəcmli materialların səhifədə üfüqi yerləşdirilməsi məqsədə uyğundur. Hər səhifədə ən azı üç-dörd material yerləşdirilibsə, bu, uğurlu maket hesab olunur. Ona görə irihəcmli materiallardan mümkün qədər qaçmaq məsləhətdir. Bu mümkün olmadıqda irihəcmli materialı ya iki (və üç, dörd) nömrədə vermək, ya da müəyyən hissəsinə növbəti, adətən son səhifəyə keçirmək məsləhətdir. Ancaq belə hallarda mümkün qədər bir neçə nömrəyə yox, bir nömrənin ayrı-ayrı səhifələrinə üstünlük vermək məsləhətdir. Çünkü, oxucu bir materialı bir neçə qəzet nömrəsində izləməyə elə də həvəs göstərmir. O, «davamı var», «ardı gələn nömrədə» tipli sözlərdən xoşlanmır...

Əgər A2 formatlı qəzetlərdə daha çox rubrikalardan istifadə edilir və bu rubrikaların yeri dəyişməz qalırsa, A3 formatlı qəzetlərdə tematik səhifələrdən istifadə edilir. Rubrika və tematik səhifələrin yerinin dəyişməzliyi oxucunun rahatlığına xidmət edir və onu maraqlandıran mövzulu materialı çətinlik çəkmədən tapıb oxumasına şərait yaradır. Bu baxımdan qəzeti supermarketə, onun səhifə və rubrikalarını piştaxtaya bənzətmək olar. Supermar-

ketin piştaxtaları dəyişməz qaldığı kimi, qəzetiñ rubrika və tematik səhifələri də sabit qalmalıdır. Saticı, mağaza sahibi öz mallarını müştəriyə zövqlə və onun daha rahat və asanlıqla görüb bəyənə, seçə bildiyi tərzdə təqdim etmək qəsdilə piştaxtaya müəyyən sistem və ardıcılıqla yerləşdiriyi kimi, qəzetçi də öz məhsulunu istehlakçıya, yəni oxucuya təqdim edərkən onun “şıltاقlığını” nəzərə alıb səhifədə «tutub saxlamağı» bacarmalıdır. Etinasız və pini satıcı öz zövqsüzlüyü ilə alicisini itirdiyi kimi, səliqəsiz və bacarıqsız qəzetçi də öz oxucusunu itirir. Və əksinə, bacarıqlı satıcı dükana yönələn müştəriyə onun ilkin məqsədindən daha çox mal sata bildiyi kimi, peşəkar qəzetçi, maket ustası da öz oxucusuna daha çox material oxuda bilir. Bunun üçün materialların düzülüş ardıcılığına, xəbərlərin ictimai-mədəni, sosial-siyasi əhəmiyyəti və məzmun aktuallığı baxımından sıralanmasına, yaxud ayrıca verilməsinə və s. cəhətlərə, habelə materiala uyğun fotoların çəçilməsi və onların ölçülərinin müşayiət etdikləri məqalənin həcmi ilə düz mütənasibliyinə, məqalənin hansı tərəfində (yuxarı sol, sağ gündündə, ortasında və s.) yerləşdirilməsinə, başlıq, rubrika, tematik səhifə şriftlərinin ölçülərinə və s. və i.a. diqqət yetirmək, bütün xirdalıqları və incəlikləri nəzərə almaq lazımdır.

Milli mətbuat tarixində bir faktı xatırlatmaq yerinə düşərdi; 1918-ci ilin oktyabr ayında Qafqaz İsləm ordusunun komandanı general Nuru Paşanın atası Hacı Əhməd paşa Bakıya gəlmış və dəmir yolu vağzalında təntənə ilə qarşılanmışdır. Bu hadisə ilə bağlı informasiyanı “Azərbaycan” qəzeti “Bakı xəbərləri” rubrikalı xəbərlər içorisində vermişdir. Ertəsi gün (20 təşrini-əvvəl (oktyabr) 1918)

isə həmin xəbəri redaksiya qeydi ilə “Hacı Əhməd paşa həzrətlərinin Bakıya vürudi” başlığı ilə yenidən ayrıca çap etməyi lazımlı bilmişdir. Qəzet bu addımını belə izah etmişdi:

“İdarədən: Bu xüsusda qəzetəmizin keçən nömrəsində məlumat verilmişdi. Fəqat xəta olaraq Bakı xəbərləri içərisində qoyulmuşdur ki, burası pək namənəsib olduğunu etirafla bəyan-etizər ediriz”.

Göründüyü kimi, həm də istedadlı publisist və səriştəli redaktor olan Üzeyir bəy maketdə hər bir materialın yerinin düzgün təyin edilməsinin vacibliyinə xüsusi əhəmiyyət vermişdir. Bütün bunlar həm də ustad dərsidir.

Bir sözlə, uğurlu və zövqlü maket redaksiya ilə oxucu arasındaki ülfət və ünsiyyətin mühüm təminatçılarındandır.

Ədəbiyyat

- 1.A. Bayramoğlu. Azərbaycan mühacirət mətbuatına dair mühəzirələr (1923-1991). Bakı Universiteti nəşriyyatı, 2004.
- 2.A.Bayramoğlu. Şamaxıda maarif və maarifçilik (XIXəsrin ortalarından mart 1918-ci ilə qədərki ədəbi mühit.). Bakı, Maarif, 1997, səh.73-74.
- 3.A.R.Zeynalov. Mətbuat materiallarının ekspozisiyada əksi məsələləri («Ziya» qəzeti haqqında qeydlər). Nizami Gəncəvi adına Azərbaycan Ədəbiyyatı müzeyinin əsərləri. III cild. Bakı, 1968, səh. 55
4. A.Zeynalzadə. Azərbaycan mətbuatı və çar senzurası (1850-1905). Bakı, Elm, 2006. səh. 158-159.
5. C.Məmmədli. Müasir jurnalistika. Bakı, 2003, səh. 352-359.
6. Jurnalist olmaq istəyirsənsə... Bakı, 2004, səh. 77-99
7. В.В. Тулупов. Дизайн периодических изданий. Изд-во Михайлова. Б.А.Санкт-Петербург. 2006, стр. 5-14; 84-96; 130-145; 161-177; 178-190.

*“Kaspi” qəzeti,
21 iyul 2010*

Jurnalistikən funksiyaları: əyləncə, mədəni-maarifçilik və...

Plan:

1. *Əyləncə məzmunlu materialların jurnalisti-kada yeri və rolü.*
2. *Əyləncəli material və programların hazırlanmasına qoyulan tələblər və onların ideya istiqamətinin müəyyənləşdirilməsi.*
3. *İntellektual xarakterli materiallar jurnalisti-kada maarifləndirmənin tərkib hissəsi kimi.*

Jurnalistika öz məzmununda insan və cəmiyyət həyatının, demək olar ki, bütün komponentlərini ən müxtəlif mövqə və çalarlarda əks etdiriyindəndir ki, çoxfunksiyalı – mədəni-maarifçilik, iqtisadi, siyasi, sosial-psixoloji, intellektual, əyləncəli, bərpaedici, pozucu və s. xarakter daşıyır. Bütün bu və digər cəhətləri o özünün gündəlik fəaliyyəti ərzində cəmiyyətin, oxucu, dinləyici və tamaşaçıların beyninə, şüuruna, düşüncə və davranışlarına, münasibət və mövqeyinin mahiyyətinə hopdurmağa çalışır. Qarşısında duran bu sənət və vətəndaşlıq vəzifəsinin icrası naminə müxtəlif vasitə və üsullara, mürəkkəb və obrazlı, bədii və publisistik kəsərli yaradıcılıq, dərin ideya-estetik mahiyyətli, zəngin janr və strukturlu mətbuat, radio və televiziya janrlı materiallardan mümkün qədər effektiv şəkildə yaranınmağa çalışır. Bütövlükdə isə jurnalistika digər humanitar sahələrlə birlikdə və bəlkə onların hamisindən artıq

dərəcədə ictimai fikrin tənzimlənməsində, sosial-psixoloji, mənəvi-əxlaqi, tibbi-gigiyenik ekoloji, etnik-mədəni və digər düşüncə və davranış normalarının qorunmasında, formallaşaraq möhkəmlənib inkişaf etdirilməsində mühüm rol oynayır. Amerikan səsioloqu A.Mol jurnalisti bu baxımdan mədəniyyətin ötürüctüsü, hərəkətvericisi və istiqamətvericisi hesab edir. İstər-istəməz öhdəsinə götürdüyü bu vəzifə və funksiyalar jurnalistikən və jurnalistlərin hər birinin üzərinə böyük və təleyüklü məsuliyyət də qoyur. Həmin vəzifənin milli, bəşəri və dövlətçilik dəyərlərinə uyğun olaraq humanizm və vətənpərvərlik prinsipləri əsasında obyektiv mövqedən sağlam düşüncə əsasında yerinə yetirilməsi isə əvvəlki bölmələrdə göstərdiyimiz kimi, jurnalistdən yüksək hazırlıq, hərtərəfli bilik, bacarıq, daxili saflıq, milli təəssüb hissi, vətəndaşlıq mövqeyi və s. tələb edir.

Jurnalist gündəlik həyatda baş verən ən müxtəlif məzmun və xarakterli informasiyaları çeşidləyərək cəmiyyətə çatdırır. Bu zaman hər hansı KİV-in və jurnalistin ictimai mövqeyi və məsələyə münasibəti həmin materialın çatdırılma tərzinə və ümumi ruhuna bu və ya başqa şəkildə, doza və məzmununda hoparaq cəmiyyətə sirayət edir. Aktiv fəaliyyət dövründə insan bütün bu zəngin forma və məzmunlu, ideya və məqsədli informasiyalardan həm fiziki, həm də sosial və psixoloji baxımdan yorulur. Ona görə KİV-də həm həftəiçi, həm də həftəsonu azstresli, əyləncə məzmunlu və intellektual ovqatlı materialllara da yer verilir. Adətən həm çap jurnalistikasında, həm də efir və ekran jurnalistikasında xüsusən şənbə, bazar və bayram buraxılışlarında (internet, onlayn

jurnalistikası istisnadır.) insanı gərginləşdirən, onun sosial-psixoloji vəziyyətinə ağırlıq gətirən materiallardan mümkün qədər qaçılaraq, əyləncə, bədii-estetik, sağlam humor və intellektual məzmunlu materiallara üstünlük verilir. Bu, bir tərəfdən oxucu və dinləyicinin (və tamaşaçının) «nəfəsini dərməsinə», sosial-psixoloji sıxıntılarından mümkün qədər uzaqlaşış daxili, ruhi və əsəbi gərginlikdən boşalaraq gücünün bərpasına xidmətə yönəlir, digər tərəfdən də oxucunu ənənəvi olaraq informasiya ilə təmin edir. Odur ki, digər başqa materiallar kimi, həmin «yüngül həzm edilən» materialların məzmunu, ideya-əxlaqi təsir gücү heç də zəif olmamalıdır. Belə ki, qəzet və jurnalda çap edilən şeir, hekayə, mədəniyyət və incəsənət xarakterli idman və turizm məzmunlu, qəhrəmanlıq və insanpərvərlik, həmçinin süfrə, geyim, gigiyenik, sağlamlıq ruhlu, etnoqrafik mədəniyyət mahiyyətli materiallar və verilişlər özlərinin peşəkarlıq səviyyəsinə və ideya, əxlaqi təsir gücünə görə mükəmməl, məqsədyönlü, cəlbedici, asan qavranılan və səmərəli olmalıdır. Bu tipli materiallar sırasına ədəbi-bədii və əyləncə xarakterli yazılar, həkim məsləhəti, sağlamlıq rubrikəli, mədəniyyət, maraq dünyamız, ölkələr, xalqlar, şəhərlər silsiləsi, süfrə mədəniyyəti, musiqi dünyası, incəsənət aləmi, krassvord və s. və i.a daxildir.

Heç də gizli deyil ki, oxucu və dinləyicilərin (tamaşaçıların) əksəriyyəti məhz insanı az gərginləşdirən, onun əsəblərini «sığallayıb dincəldən» material və verilişlərə daha çox meyl edir. Ona görə jurnalistika bu tipli materialların hazırlanmasına, onun ideya-bədii və estetik təsir gücünün effektivliyinə xüsusi tələbkarlıqla yanaşmalıdır. Bu tipli

materialların hazırlanması prosesində onların ünvanlandığı auditoriyanın yaş, maraq və bilik dairəsi hökmən nəzərə alınmalıdır. Belə ki, siyasi, iqtisadi, hərbi yönümlü nəşrlərdə verilən əyləncə materialları (lətifə, tapmaca, krassvord, maraqlı əhvalat və s.) uşaq və yeniyetmələr üçün nəzərdə tutulan mətbuat orqanlarında («Savalan», «Göyərçin» və s.) habelə verilişlərdə vermək olmaz. Eləcə də «Mədəniyyət», «Maarif», «İncəsənət» tipli mətbuat orqanı və verilişlərinin əyləncə (əslində əsasən bütövlükdə) materialları hikmətamız, nəsihətamız ovqatlı, mənəvi-əxlaqi məzmunlu və sirayətedici olmalıdır.

Əyləncə və maarifləndirici materiollar müəyyən guşə, rubrika, səhifə və nəşrə əlavələrdə verildiyi kimi, ayrıca nəşr və studiyalar ancaq bu cür niyyətə xidmət edir. Fikrimizə ancaq krassvordlardan ibarət olan 36 səhifəlik qəzetlər, uşaq əyləncə nəşrləri, radio və televiziya studiyaları əyani sübutdur. İstisnasız olaraq hər hansı əyləncə materialı mədəni, mənəvi-əxlaqi, siyasi, ekoloji, pedaqoji, social-siyasi, hərbi-strateji, tarixi, etnoqrafik, riyazi, tibbi-biooji, filoloji və s. və i.a. məzmun və mahiyyətli materialları özündə eks etdirməklə, məzmun və mündəricə baxımından çox-çəşidli və zəngindir. Ancaq hər məzmun və məqsədin öz çalarında üzə çıxmaqla çoxnövlü təsirinin təmin edilməsi vacibdir.

Təəssüflə qeyd edilməlidir ki, KİV-in bəzi əyləncə material və verilişlərində yüksək səviyyəli mənəvi-əxlaqi dəyərlər adı ilə sentimental ruhlu, parnoqrafik məzmunlu və mahiyyətli, qəddarlıq, zoraklıq və sadizm ovqatlı materiollar cəmiyyətə sırınır. Bu tipli materiollar milli və bəşəri

mentalitetdən uzaq olub sərf bioloji, qeyri-sağlam mənəvi-psixoloji xarakter daşımaqla onu təqdim edənlərin intellektual naqisliyindən və ciddi mənəvi-əxlaqi, sosial-mədəni aşınmalara məruz qalmasından, həmçinin məqsədli şəkildə cəmiyyətin (və dövlətin) mənəvi-əxlaqi dayaqlarını sarṣımaq cəhdindən xəbər verir.

Əhalinin ekoloji, tibbi-gigiyenik, maliyyə-iqtisadi mədəniyyətinin, davranış və vərdişlərinin, onların əxlaq normalarının, ailə, məktəb, ictimai yerlərdə qarşılıqlı hörmət və anlayış səviyyəsinin nizamlanmasında, ölkələrin, dövlət və quruluşların taleyində, siyasi və hərbi aksiyaların həyata keçirilməsində mətbuatın, KİV-in təsir gücündən istifadə edilir. Tarixdən bəllidir ki, totalitar rejimlərdə, müharibə dövründə, hərbi təlim və döyüşlərdə KİV-in təbliğat və psixoloji təsir gücündən onun həm də əyləncə materiallarının mözmun və idcaya-sına «əl gəzdirməklə» yararlanılmışdır...

Ancaq müstəqilliyimiz və demokratik dəyərlərə söykənən dövlətçilik kursumuz jurnalistikani da sağlam dəyərlər əsasında inkişafa yönəltməkdədir. Qalır jurnalistikani və müxbirlərin bu dəyərlərdən sui-istifadə hallarının və qərəzliyə yol verməyib sağlam əqidə, düşüncə və yüksək intellektə yiyələnməsinə...

Ədəbiyyat:

- 1.Ахмадулин Э.В.Краткий курс теории журналистики. Москва; 2006, стр. 217-224
- 2.Aydın Dadaşov. Ekran dramaturgiyası. Bakı, Maarif, 1999, səh. 161-174

3.Əli Həsənov Mətbuat azadlığı və jurnalist məsuliyyəti. Mətbuat və demokratiya. Bakı, Azərbaycan Universiteti nəşriyyatı, 1999, səh (24-37) 28-29, 32, 34.

4.Sədaqət Məmmədova. Mədəniyyətşünaslıq. Bakı, Kooperasiya, 2001. səh. 181-191

5.Y.M.Əlizadə, Q.M.Məhərrəmli. Azərbaycan efiri: tarix və müasirlik. Bakı, Nurlan, 2006, səh. 25-26, 33-34, 38-40, 53-57, 75-79, 87-88, 94-95

***“Kaspi” qəzeti,
20 iyul, 2010***

Jurnalistika istehsalat prosesi kimi

Plan:

1. *Qəzetiñ yaranmasını doğuran ehtiyaclar.*
2. *Jurnalistikə və texniki istehsalat prosesi.*
3. *Satış bazarı və jurnalistikam qayğıları.*

Cəmiyyət yarandığı dövrdən onun hə hansı məlumatata, biliyə, baş verən hadisə və proseslər haqda müəyyən informasiyanın alınmasına və ötürülməsinə ehtiyacı olmuşdur. Bu da öz ehtiyaclarını ödəmək üçün onları müəyyən vasitə və üsullara əl atmağa sövq etmişdir. İnfomasiyaların kütlələrə çatdırılması ilk vaxtlar şifahi şəkildə – carçıların köməyi, onların oba-oba, məhəllə-məhəllə gəzib əhalini məlumatlandırmaları yolu ilə reallaşdırılmışdır. Deməli, infomasiyalasdırma, infomasiyanın ötürülməsi vəlavasitə cəmiyyətin formalasdırılmasına, dövlətçiliyə və idarəciliyə xidmət göstərmişdir. Sonrakı dövrlərdə infomasiyanın çatdırılması və onun idarəciliyə şamil ediləsi yazılı şəkil almışdır. Məsələn, Yuli Sezar Senatın müəyyən qərar və göstərişlerinin yerlərə çatdırılması ehtiyacını gil lövhələr üzərində həkk edilmiş xüsusi mətnlərin köməyi ilə həyata keçirmişdir. Məhdud imkanlı və əsasən rəsmi sərvətcamlardan ibarət olan bu cür ilk qəzet «Akta Senatus» adlandırılmışdır. «Senatın aktları» qəzeti Sezarı «Gündəlik xəbərlər» (vedemost) adlı qəzetiñ yaradılması fikrinə gətirmişdir.

Göründüyü kimi, ilk qəzet elə birinci növbədə informasiya daşıyıcısı rolunu oynamışdır. Qəzet bu funksiyasına daim sadiq qalmışdır. Kağız meydana çıxandan sonra isə ilk qəzet Çində VII-X əsrlərdə əlyazma (sonralar təhsil müəssisələrində çıxarıılan «Divar qəzetləri» özündə bu ənənəni yaşatmaqdadır.) şəklində «Dibao» adı altında çıxmışdır. İlk çap qəzeti (çap üsulu ilə çıxan) də 911-ci ildə «Kinq-Pao» («Paytaxt xəbərləri») adı ilə çıxmışdır. Avropada, daha doğrusu, Venetsiyada «Avvizo» (məlumat, informasiya) adlı ilk çap qəzeti XVII əsrə (1566-ci ildə) işıq üzü görmüşdür.

«Avvizo»da əsasən bazar və ticarətlə bağlı operativ xarakterli ən cəlbedici xəbərlər dərc edilirdi. Bu çap məhsulu o zaman Venetsianın xırda pul vahidi olan «qazettə» ilə dəyərləndirilib satıldığına görə get-gedə elə ümumi şəkildə qəzet adlanmağa başladı...

Elə meydana çıxdığı vaxtdan qəzetenin hasılə gəlməsində müxtəlif peşə və sənət sahibləri – dulusçular (gil qəzetlərdə), kağız istehsalçıları, yiğicilar, nəqqas və dizaynerlər və s. iştirak etmişlər. Bütün bunlar qəzetenin, bütövlükdə jurnalistikənin istehsalatla, istehsal və emal, maliyyə-iqtisadi, bazar və ticarət prosesləri ilə əlaqədar olduğundan irəli gəlir.

Jurnalistika böyük bir istehsal prosesidir. Jurnalistin əldə etdiyi hər hansı xəbər, informasiya, qələmə aldığı məqalə, çəkdiyi fotosəkil və s. oxucuya, ictimaiyyətə çatanadək müxtəlif texnoloji proseslərdən keçir. Yəni hər hansı informasiyanın əldə edilməsindən tutmuş onun qəzet və jurnal səhifələrinə köçürülrək, yaxud efir və ekran lent-

lərinə yazılıraq oxucu və dinləyicilərə (həmçinin tamaşaçılara) çatdırılmasında keçdiyi yollar böyük və ardıcıl olaraq biri digərini tamamlayan is-thesal prosesinin ayrı-ayrı mərhələlərindən ibarətdir. Bu mərhələ əldə edilən informasiya mətninin kompüterdə yiğilmasından başlayıb, korrektor, dizayner, montajçı, çapçı (operator), çeşidləyici, daşıyıcı (yükçü fəhlə), poçt, rabitə işçisi, elektrik, texnoloq, satıcı və digər mərhələlərdən keçərək oxucu və dinləyicilərin – istehlakçıların sərvətinə çevrilir.

Əgər jumalist radio və ya televiziya müxbirdirsə, o, ictimaiyyətə çatdırmaq istədiyi informasiyanı ləntə almaq, onu efirdə səsləndirmək üçün lazımi texniki avadanlıqların - diktafon, mikrafon, telefon, montaj apparatı, studiya və sairin köməyi-nə möhtacdır. Özü də bu mərhələnin hamısında müxbir təkbaşına xidmət etməyə borclu deyil; digər mərhələlərin çoxunda müxbir yox, müxtəlif peşə və ixtisas sahibləri öz qabiliyyət və bacarıqları ilə fəal iştirak edib hər hansı materialın effektivliyi-nin, təsir gücünün artmasında fəal və yaradıcı rol oynayırlar. Burada telefonçu və teleqrafçıdan tutmuş, operator, səs rejissoru, musiqi tərtibatçısı, efir mühəndisinəcən hər kəsin əməyi var...

Qəzet və jurnalın hasilə gəlməsində də müxbir və redaktor jurnalistlər ilkin mərhələdə, yəni informasiyanın əldə edilib hazır mətn halına salınmasına iştirak edirlər. Bundan sonraki mərhələdə, qeyd etdiyimiz kimi, kuryer texniki operator, korrektor, programçı mühəndis, montajçı, çapçı və s. peşə sahibləri həmçinin kağız istehsalçıları, rəngkarlıq, neft emalı müəssisələri çap jumalistika-

sının ictimaiyyətə çatdırılmasının növbəti mərhələsini tamamlayırlar.

Hazır qəzet və jurnalın oxuculara çatdırılması mərhələsində isə fəhlə, çeşidləyici, yüksü, sürücü, poçtalyon, pərakəndə yayım firmalarının işçiləri – satıcılar və s. iştirak edirlər.

Əlbəttə, bütün bu yaradıcı və texnoloji mərhələlərdə maliyyə və iqtisadçıları, mühasib və bank işçilərini unutmaq haqsızlıq olardı...

Bütün bu göstərilənlərdən və qeyd edilməyən proseslərdən bir daha aydın olur ki, jurnalistika yaradıcı, intellektual sahə olmaqla yanaşı, həm də böyük bir istehsal prosesi və sahəsidir.

Ədəbiyyat

1. Э. В. Ахмадулин Краткий курс теории журналистики. Москва, Ростов на Дон, 2006, стр. 16-23.

Ədəbiyyat

Azərbaycan dilində

1. Aşırı Akif. Azərbaycan Mətbuat Tarixi (1875-1920). I hissə. Bakı, 2009
2. Aşırı Akif. Azərbaycan Mətbuat Tarixi (1920-1990). II hissə. Bakı, 2010
3. "Azərbaycan" qəzeti, 20 oktyabr 1918.
4. Bayramoğlu Alxan. Azərbaycan mühacirət mətbuatına dair mühazirələr (1923-1991). Bakı Universiteti nəşriyyatı, 2004.
5. Bayramoğlu Alxan. Azərbaycan jurnalistikə məktəbləri. Bakı, "Avrasiya –Press", 2014
6. Bayramoğlu Alxan. Şamaxıda maarif və maarifçilik (XIX əsrin ortalarından mart 1918-ci ilə qədərki ədəbi mühit.). Bakı, Maarif, 1997
7. Bayramov Ə, Əlizadə Ə. Sosial psixologiya. Bakı, 2003
8. Dadaşov Aydin. Ekran dramaturgiyası. Bakı, Maarif, 1999
9. Əhmədli Nəsir. CON MİLTON VƏ ONUN "AREOPAGİTİKA" ƏSƏRİ. Bakı, 2011
10. Əhmədli Nəsir. Jurnalistin nitq mədəniyyətinin əsasları. Bakı, "Elm və təhsil" 2014.
11. Əliyev Vüqar. Beynəlxalq jurnalistikada etik normalar və Azərbaycan mətbuatı. Bakı, 2006
12. Üç əsrin qəzeti. Bakı, 2011
13. Əlizadə.Y.M, Məhərrəmli.Q.M. Azərbaycan efiri: tarix və müasirlik. Bakı, Nurlan, 2006
14. Həsənov Əli Mətbuat azadlığı və jurnalist məsuliyyəti. Mətbuat və demokratiya. Bakı, Azərbaycan Universiteti nəşriyyatı, 1999, səh. 24-37.
15. Media Etikası. Bakı, 2008

16. Məhərrəmli Qulu. Jurnalistikanın Əsasları. Bakı, 2012
17. Məhəmmədzadə Mirzəbala. Azərbaycan Türk Mətbuatı (1875-ci ildən 1921-ci ilə qədərki mətbuatımız). Bakı Universiteti nəşriyyatı, 2004.
18. Məmmədli Cahangir. Jurnalistikanın nəzəriyyəsi və təcrübəsi. Bakı, "Təhsil", 2013
19. Məmmədli Cahangir. Müasir jurnalistika. Bakı, 2003
20. Məmmədova Sədaqət. Mədəniyyətşünaslıq. Bakı, Kooperasiya, 2001.
21. Jurnalist olmaq istəyirsənsə... Bakı, 2004
22. Qonbərli Rizvan. Jurnalistin əl kitabı. Bakı, 2005
23. Repkova Tatyana. Yeni döñəm: demokratik cəmiyyətdə peşəkar qəzet çıxarmaq yolları. Bakı, 2006.
24. Rəhimova Sima. Jurnalist etikası. Bakı, 2012
25. Rüstəmov Akif. Jurnalistika. Bakı, 2005.
26. Rüstəmov Akif. Jurnalistika, 2 cilddə. I c. Bakı, 2013
27. Rüstəmov Akif. Jurnalistika 2 cilddə. II c. Bakı, 2014
28. Zeynalov A.R.. Mətbuat materiallarının ekspozisiyada əksi məsələləri («Ziya» qəzeti haqqında qeydlər). Nizami Gəncəvi adına Azərbaycan Ədəbiyyatı muzeyinin əsərləri. III cild. Bakı, 1968, səh. 45-71.
29. Ağarəfi Zeynalzadə. Azərbaycan mətbuatı və çar senzurası (1850-1905). Bakı, Elm, 2006.

Rus dilində

1. Ахмадулин Э.В.Краткий курс теории журналистики. Москва, Ростов на Дону, 2006
2. В.В.Тулупов. Дизайн периодических изданий. Изд-во Михайлова. Б.А.Санкт-Петербург. 2006
3. Г.С.Мельник, А.Н.Теплящина. Основы творческой деятельности журналиста. Питер, 2006
4. «Нива» жур.1902.№8
5. Самарцев О.Р. Творческая деятельность журналиста. Очерки теории и практики. Москва Академический Проект, 2007
6. Патрисия Холланд. Фотожурналистика: «Прямое обращение к взгляду?» Фотография и пресса. Медиавведение. Изд.2-е., Москва. 2005, стр. 510-522

İçindəkilər

Başlangıç.....	3
Jurnalistin intellekti və vətəndaş məsuliyyəti	5
Materialın toplanması, işlənməsi və çap mexanizmi haqda	18
Jurnalist ünsiyyətinin bəzi psixoloji məqamları	33
Fotojurnalistika və onun əhəmiyyəti	43
Kütləvi informasiya vasitələrinin təsis, təşkili və «dördüncü hakimiyyət»in oxocularla ünsiyyətinin forma və üsulları.....	53
Qəzet (jurnal) maketinin tərtibi prinsipləri.....	62
Jurnalistikanın funksiyaları: əyləncə, mədəni-maarifçilik və...	72
Jurnalistika istehsalat prosesi kimi	78
Ədəbiyyat	82

Alxan Bayram oğlu Məmmədov

**JURNALİST
SƏNƏTKARLIĞI
(Azərbaycan dilində)**

**«Elm və Təhsil» nəşriyyatının direktoru:
professor Nadir MƏMMƏDLİ**

**Kompüter dizayneri: Zahid Məmmədov
Texniki redaktor: Rövşanə Nizamiqızı**

**Çapa imzalanmış 22.06.2015
Şərti çap vərəqi 5,5. Sifariş № 178
Kağız formatı 60x84 1/16. Tiraj 300**

Kitab «Elm və Təhsil» neşriyyat-poliqrafiya
müəssisəsində səhifələnib çap olunmuşdur.

E-mail: nurlan1959@gmail.com

Tel: 497-16-32; 050-311-41-89

Ünvan: Bakı, İçərişəhər, 3-cü Maqomayev döngəsi 8/4.